

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I



TESIS DOCTORAL

**Análisis de los desafíos de la TDT para los canales
locales en Chile**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Fernando Fuente-Alba Cariola

Director:

Enrique Bustamante Ramírez

Madrid, 2011

ISBN: 978-84-694-7131-9

© Fernando Fuente-Alba Cariola, 2011

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad 1



**“ANÁLISIS DE LOS DESAFÍOS DE LA TDT
PARA LOS CANALES LOCALES EN CHILE”**

**MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR PRESENTADA POR
FERNANDO FUENTE-ALBA CARIOLA**

**Bajo la dirección del Doctor
ENRIQUE BUSTAMANTE RAMIREZ**

Madrid 2010



TESIS DOCTORAL

“ANÁLISIS DE LOS DESAFÍOS DE LA TDT PARA LOS CANALES LOCALES EN CHILE”

Realizada por: Fernando Fuente-Alba Cariola
Dirigida por: Dr. Enrique Bustamante Ramírez
Departamento CAVP I, Universidad Complutense de Madrid
Octubre 2010

***A mis padres, a mi mujer y a mis
hijos Esperanza y Mateo quienes
con su energía han iluminado mi
camino en esta tarea***

Un agradecimiento especial a Enrique Bustamante, mi profesor y amigo, quien desde hace ya algunos años sin conocerlo ya inspiraba mis escritos.

ÍNDICE

	PP
Índice	7
Índice de abreviaturas	10
Índice de gráficos	12
Introducción	15
Descripción	20
Capítulo 1	23
Presentación de la Investigación de Campo	
1.1. Planteamiento y Justificación del Problema	25
1.2. Delimitación del problema	29
1.3. Preguntas de Investigación	29
1.4. Objetivos	30
1.5. Hipótesis	31
1.6. Explicaciones Metodológicas	32
1.6.1. Diseño de la Investigación	33
1.6.2. Método de recolección de datos	34
1.6.3. Método y técnica de análisis de resultados	40
Capítulo 2	41
La Televisión Local y su encuentro digital	
2.1. El encuentro entre la Televisión Local y difusión digital	43
2.1.1. Contexto Internacional	43
2.1.2. Factores que influyeron en la descentralización de la televisión en Europa	46
2.1.3. Francia e Inglaterra, origen y desarrollo de la Televisión Local	50
2.1.4. Nacimiento de la Televisión Local en España	60
Legislación de ensayo y error	64
Promesas electorales	68
El preámbulo de la Ley Digital	70
Leyes generales que afectan la Televisión Local	75
La Ley Digital española	76
Ley 56/2007: la última ventana	79
La esperada Ley General del Audiovisual	81
2.1.5. Estados Unidos: Un Modelo Americano	88
2.1.6. Experiencias televisivas locales en Canadá	93
2.1.7. Contexto latinoamericano: Argentina, Brasil y Venezuela	98
Experiencia de televisión local en Argentina	100
Experiencias de televisión local en Brasil	106
Experiencias de televisión local en Venezuela	114

2.1.8. Historia del nacimiento de la televisión local en Chile	118
Política Gubernamental	120
El rol de las universidades	120
La estación TVN	122
Canales universitarios en regiones	124
La televisión en dictadura	125
Privatización de la televisión	128
Los primeros pasos de la televisión local	128
Simón Bolívar: la revolución privada	129
Necesidad por transmitir ideas locales	134
La importancia del cable	137
2.2. Televisión Local: Televisión ilegal, pero legítima	139
2.2.1 Las primeras leyes de televisión en Chile	139
Ley 17.377	141
Cambios a la Ley	143
La privatización legal de la televisión	145
2.2.2. Ley 18.838, una alternativa para los privados	145
2.2.3. Ley 19.131: La tercera Ley de Televisión	147
2.2.4. Decreto N° 38, se congela el espectro	149
2.2.5. La Nueva Ley: Puerta legal a la TDT	151
	155
Capítulo 3	
La TDT y sus repercusiones en el destino de la Televisión Local	
3.1. Nacimiento de la TDT, la importancia del cambio	156
3.2. La relación entre TDT y televisión de Proximidad	160
3.3. La importancia de la Televisión Local en la defensa de la Identidad	166
3.4. Modelos Internacionales de TDT: Europa y América del Norte	172
3.5. Televisiones “ventanas”, un riesgo para la Televisión Local	185
3.6. TDT en Chile, rumbo al apagón	189
Capítulo 4	197
Resultados naturaleza y desafíos de la televisión local	
Capítulo 5	
Análisis de resultados desafíos y temores de la televisión local ante la TDT	240
Capítulo 6	
Conclusiones: la televisión digital local en Chile, una tarea	283
Bibliografía	316
Anexos	331

INDICE DE SIGLAS Y ABREVIATURAS

ADSL: Asymmetric Digital Subscriber Line
AIMC: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación
BBC: Corporación Británica de Radiodifusión.
BOE: Boletín del Estado
CMT: Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones
ENG: Electronic News Gathering. Industria para el periodismo electrónico.
EPG: Electronic Programme Guide
FENITEL: Federación de Instalaciones de Telecomunicaciones
FR3: Canal de Televisión Francés
ITV: Independent Television, red de operadores privados de Inglaterra que compite con la BBC.
MPH: Multimedia Home Platform
M6: Canal de televisión privado de Francia
RTL: Canal privado de Alemania.
SAT 1: Canal privado alemán.
S4C: Televisión de proximidad del Reino Unido.
TVE: Televisión Española
TV2 Dinamarca: Televisión comercial Dinamarca
TV4 Suecia: Canal privado de Suecia
TDT: Televisión Digital Terrestre
LTLOT: Ley de Televisión Local por Ondas Terrestres (1995)
ENG: Sigla ocupada para denominar a los equipos de prensa electrónica o equipos de video digitales livianos con soporte profesional.
TNSOFRES: Empresa dedicada a la medición de audiencia en España
TVL: Televisión local
PNTTDT: Plan nacional de Transición a la Televisión Digital Terrestre
PP: Partido Popular
PSOE: Partido Socialista Español
RAI 3: Canal de televisión italiano
UE: Unión Europea

TÉRMINOS TÉCNICOS

SIMULCAST: Emisión simultánea de una programación analógica en digital

MULTIPLEX: Señal compuesta radioeléctrica que incorpora varios canales y servicios para su emisión en digital

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS

Gráfico 1: Naturaleza del canal	199
Gráfico 2: Ingresos	200
Gráfico 3: Gastos mensuales	202
Gráfico 4: Sistema de transmisión	204
Gráfico 5: Inicio de transmisiones	206
Gráfico 6: Cobertura de la señal	207
Gráfico 7: Membresía	208
Gráfico 8: Formato de grabación	209
Gráfico 9: Formato de transmisión	210
Gráfico 10: Personal profesional	211
Gráfico 11: Periodistas	212
Gráfico 12: Tecnología digital	213
Gráfico 13: Postproducción	215
Gráfico 14: Horas de emisión	216
Gráfico 15: Programas informativos	217
Gráfico 16: Programación propia	218
Gráfico 17: Géneros programáticos	220
Gráfico 18- A: Influencia de la TDT en la forma de trabajo	222
Gráfico 18- B: Beneficios de la TDT a la televisión local	223
Gráfico 18- C: TDT y producción	224
Gráfico 18- D: Nuevos contenidos gracias a la TDT	225
Gráfico 18- E: Interactividad	226
Gráfico 18- F: La TDT no traerá beneficios	227
Gráfico 18- G: Nuevos negocios	228
Gráfico 18- H: Calidad de imagen	229
Gráfico 18- I: Inversión tecnológica v/s beneficios	230
Gráfico 18- J: Competencia	231
Gráfico 18- K: Fiabilidad técnica	232
Gráfico 18- L: Audiencia	233
Gráfico 18- LL: Subsidio tecnológico	234
Gráfico 18- M: Transparencia del sistema de concesiones	235
Gráfico 18- N: Liberalización del espectro	236
Gráfico 18- O: Fondo de apoyo a la Televisión local	237
Gráfico 18- P: Información de la TDT	238

INTRODUCCIÓN

La tecnología en el mundo de las industrias culturales determina nuevos y continuos desafíos, en algunos casos tan grandes que el no adaptarse a ellos puede involucrar el desaparecer de circulación, del dial o en este caso de la pantalla. La llegada de la TDT ha revolucionado el mundo de las comunicaciones, no sólo el de la televisión, sino también el de la radio, el de la prensa escrita, el de la publicidad y el de numerosos protagonistas ligados al mundo de las comunicaciones. Los medios tienden a converger y en lo que hoy es una banda de televisión, mañana podrá haber un diario electrónico, una radio local o un canal de televisión temático.

Durante la primera semana de agosto del 2010, Herman Chadwick, presidente del Consejo Nacional de Televisión, manifestó en un seminario internacional de TDT que en Chile 8,5 millones de televisores deberán reconvertirse al sistema digital si es que quieren seguir recibiendo la señal de televisión cuando el apagón analógico sea una realidad. Dicha conversión está estimada en un costo cercano a los 25 millones de dólares en una inversión que a todas luces determinará el mundo audiovisual en Chile, especialmente si se considera que sobre un 98 % de los chilenos tienen un televisor, existiendo en el país un promedio de 2,4 televisores por hogar.¹

Por su parte en el mismo encuentro Hiroshi Tanaka, director de Tecnología, Información y Comunicaciones de Japón (país fabricante de la norma ISDB, sistema de transmisión escogido por Chile), sostenía que en cinco años un 84 % de los domicilios japoneses ya han cambiado sus aparatos receptores a fin de recibir la señal digital, pero independientemente de la alta cifra de penetración las novedades mayores de la norma japonesa pasan por la convergencia de medios que se ha logrado en muy poco tiempo. De hecho, una de las principales alianzas

¹ Datos entregados por Herman Chadwick en su exposición del Seminario internacional de Televisión Digital de Libre Recepción. Valparaíso. Agosto del 2010.

tecnológicas está entre los teléfonos celulares y la televisión. Situación que se hace muy necesaria en Chile para alertar masivamente de tsunamis o desastres naturales, como también para pequeños placeres audiovisuales, como el poder capturar por medio del celular mi programa favorito y luego verlo cómodamente en mi casa.

Es una realidad incontrastable que la TDT revolucionará a todos los agentes que forman parte de la industria audiovisual, desde los televidentes hasta las agencias de publicidad, pasando por las televisoras; productoras; profesionales del medio; operadores de telefonía móvil; proveedores de Internet; televisión de pago; fabricantes de aparatos receptores y por supuesto también a los entes reguladores como la Subsecretaría de Telecomunicaciones y especialmente el Consejo Nacional de Televisión, que deberán reestructurarse para cumplir con las nuevas atribuciones.

Se trata de una revolución tecnológica que transformará la forma en que los chilenos han visto televisión abierta durante los últimos cincuenta años. Sin embargo, ante un cambio tan importante se hace necesario realizar una mirada profunda y analítica de las ventajas y desventajas del nuevo sistema y de cómo éste transformará el quehacer de varios de sus protagonistas. En ese sentido los canales locales del país representan un importante nicho de investigación.

Algo olvidados por el sistema, pero con una relación directa con la comunidad, las emisoras locales se transforman por un lado en una importante herramienta de información, pero por otro en aquellos medios encargados de reforzar y desarrollar la identidad local de las comunidades en la que están situados. Una responsabilidad no menor para unos medios que históricamente no han recibido el apoyo económico por parte del gobierno, ni menos una base legislativa que demarque el escenario en el que se desarrollarán dichas iniciativas televisivas.

La llegada de la TDT con el apagón analógico, anunciado oficialmente para el 2017 pero esperado para el 2014 por el actual ministro de Transporte y Telecomunicaciones Felipe Morandé, se ha convertido en una avalancha tecnológica que agobia y preocupa a las televisoras locales, que se ven sin las herramientas económicas, legales y tecnológicas como para hacerse parte de la revolución y no víctimas de ella. Es entonces el momento para conocer los temores de los medios locales frente a la TDT, pero también para revelar las oportunidades que la nueva tecnología abrirá para este tipo de emisoras: las posibilidades de interactividad, el poder transmitir otro tipo de datos además de televisión; una mejor calidad de imagen; la convergencia de medios; el acceso al espectro radioeléctrico; nuevas alianzas comerciales y el poder entregar más información a la comunidad son sólo algunas de las puertas que se abren a las televisoras locales chilenas.

De ingenio, de creatividad y de mucho esfuerzo habla este estudio, pero también de muchos desafíos. Ya han pasado más de 20 años desde que el primer canal local apareciera en una pantalla chilena y el desarrollo no ha sido el esperado. El acceso a la tecnología ha abaratado sus costos, pero la normativa legal más que apoyar y guiar el desarrollo sólo ha servido para entrapar la evolución de este tipo de medios que tan bien hacen a la identidad local. No se han hecho las inversiones en personal necesarias como para mejorar en producción, tampoco la inclusión del ciudadano en su programación. Es entonces una oportunidad-desafío el readaptar los contenidos con la intención de potenciar la identidad de la propia comunidad, dejando de imitar a la programación de la televisión generalista.

La cercanía con la comunidad y la información local es el valor potencial más grande que tiene este tipo de emisoras, más aún cuando la globalización con el tiempo tenderá a reforzar nuestra propia identidad.

¿De qué estamos hablando cuando mencionamos TDT?, ¿qué cambios se vienen para la televisión local en Chile?, ¿cómo se ha enfrentado la TDT en Europa, América del Norte y en las principales potencias televisivas del orbe?, ¿habrá que cambiar la forma de producir televisión?, ¿de qué forma afectará, por ejemplo, a un pequeño canal local de Colchagua todo este proceso de la televisión digital? Éstas son sólo algunas de las interrogantes a las que responde esta investigación, que busca analizar el desarrollo y contribuir al conocimiento de la televisión local y digital en Chile.

DESCRIPCIÓN

La presente investigación titulada **“Análisis de los desafíos de la TDT para los canales locales en Chile”** analiza la realidad de la televisión local y los desafíos que deberá enfrentar como industria ante la irrupción de la televisión digital. La elección en septiembre del 2009 de la norma japonesa-brasileña, como el formato de transmisión de televisión digital en Chile, marcó un hito importante en la ruta hacia la digitalización de la industria televisiva, pero también desnudó una brecha enorme entre los canales de cobertura nacional y las emisoras locales. Estas últimas, afectas a carencias legales, técnicas, asociativas y económicas, que de no solucionarse hacen muy difícil su incorporación a la llamada digitalización de la televisión.

Esta investigación integra un cuestionario aplicado a directores y gerentes de canales de televisión local, además de entrevistas no estructuradas en profundidad a canales de televisión específicos, que logran representar las diferentes realidades del país en torno al tema. Para ello, se incluyó a canales locales privados y municipales, independiente de que su modo de transmisión sea cable o hertziano, con el fin de lograr captar la mayor cantidad de experiencias a lo largo del territorio nacional.

Además de realizar un diagnóstico de la actual situación de los más de 120 canales que conforman la televisión local en Chile, la investigación profundiza en aquellas oportunidades que se abren con la llegada del nuevo sistema de transmisión. La interactividad con la comunidad, los servicios de radio y teleavisos o la multiplexión, son sólo algunas de las características que canales locales podrán aprovechar para enfrentar de mejor manera el futuro. Con la intención de profundizar en ello, se recopiló material de fuentes secundarias y primarias.

En el primer caso se realizó un análisis del material existente en torno al tema de la televisión local en Chile, lo que permitió contextualizar la investigación. Ello quedó reflejado principalmente en el estado del arte y en

el marco teórico, donde se analiza la evolución de la televisión local y los conflictos legales que ha tenido que sortear. Así mismo, se describe la implementación de la televisión digital en Chile y el proceso que lleva a que los canales locales deban transformar su tecnología o simplemente dejen de transmitir.

La investigación integra fuentes primarias por medio de entrevistas a representantes de emisoras y redes de televisión locales sugeridas por expertos, con la finalidad de recopilar información necesaria para entender el mundo de la televisión local. De esta manera se conoce su problemática actual y se analiza lo que están haciendo para enfrentar el futuro digital. Al conocimiento *in situ* de la realidad, se suma un cuestionario que entrega importantes datos de sus desafíos y temores frente a la televisión digital, pero también de cómo operan, cuántos profesionales trabajan en ella; qué tipo de contenidos transmite; la tecnología que posee y cuál es el modelo de negocios utilizado.

CAPÍTULO 1

Presentación de la Investigación de Campo

1.1. PLANTEAMIENTO Y JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Desconocida es en la actualidad la realidad de los canales locales en Chile. Dicho desconocimiento abarca distintas materias, desde los contenidos del canal y su modelo de negocios, hasta la infraestructura técnica y humana que utiliza para funcionar como empresa. Resulta, por tanto, necesario conocer estas características para sacar conclusiones acerca de la televisión Local en Chile. Esta información será la que nos entregue una mirada más amplia de la actual situación de la Televisión Local y cómo ésta enfrentará la implementación de la televisión digital terrestre en Chile. La investigación arrancará prácticamente desde un punto cero, ya que en la actualidad no se han realizado estudios de forma profunda a los objetivos específicos apuntados en esta investigación.

Sabida es la complejidad a la hora de definir la tipología de estaciones locales, principalmente debido al sedimento de numerosas televisiones de soportes, objetivos y dinámicas muy diversas. De ahí que no existan tipologías totalizadoras y excluyentes, escenario que también es heredado por las televisoras regionales. La presencia de nuevos soportes ha complicado aún más esa realidad a observar, abriendo el paso a televisoras que pueden funcionar por vía hertziana y cable a la vez o bien televisiones que son regionales, pero a la vez también son locales, o a la inversa. También existen canales locales que tienen cobertura nacional e incluso canales locales que son de cobertura transnacional, cuando se transmiten por satélite o cable. Bustamante (2001:145).

El definir qué es una Televisión Local y qué entenderemos por estaciones locales es prioritario para abordar esta investigación. No sólo dará el marco conceptual necesario, sino también servirá para determinar el objeto de estudio. El llegar a consenso en la definición no es una cuestión menor, ya que tiene un cierto grado de complejidad cuando se toman en cuenta las distintas variables que pueden influir en dicha

clasificación y los distintos puntos de vista que puede revestir dependiendo del país o incluso época en la que se realice.

Por otro lado, el decir que una Televisora Local es aquella que difunde su señal en un área geográfica determinada es una apuesta arriesgada. Pues el ámbito territorial de cobertura no define de forma exclusiva el carácter de una Televisión Local, pues en un ámbito municipal o provincial pueden emitirse programas cuyos contenidos nada tengan que ver con el lugar donde se asienta esa emisora. En esos casos, no podría hablarse de Televisión Local, sino de una emisora de cobertura local, pero con contenidos nacionales o internacionales. Maneiro (2004:19).

Al parecer, la cuestión no pasa por asumir verdaderamente una definición en desmedro de otra sino más bien por adoptar una postura. Bajo esta disyuntiva se optará por una definición que engloba tanto al área de cobertura como a los contenidos emitidos en la televisora. De esta manera, para efectos de esta investigación, será entendida como Televisora Local *toda emisora con o sin fines de lucro que, no importando su vínculo de transmisión, su señal no supere los límites geográficos de la región donde está situada dicha emisora y que cuente, al menos, con un programa de producción propia cuyos contenidos tengan relación con la identidad y realidad de los habitantes de la localidad donde se emite.*

En Chile el conocimiento general de la televisión digital no sólo es significativamente bajo, sino que también, dado este mismo desconocimiento, carece muchas veces de precisión. Parece necesario, por tanto, generar una idea de lo que se entiende en los países más desarrollados por televisión digital, dado que la investigación estará enfocada precisamente a analizar cómo los canales locales enfrentarán esta transformación.

Por tanto, entenderemos como Televisión Digital Terrestre a un

sistema de transmisión de datos informáticos que se transmite a través de un radio espectro eléctrico que fluye y circula sobre nuestras cabezas, es decir significa la transformación del sistema de televisión analógica que durante décadas ha operado en la totalidad de los países del mundo. En otras palabras, las señales eléctricas que luego son interpretadas como señales de video y audio por los decodificadores, son reemplazadas por un código binario compuesto por sólo dos datos: “0” y “1”.

La información que contiene la señal de TDT tiene un volumen muy elevado de datos que está lejos de la posibilidad de transmisión de los canales normales. De ahí que sea necesario un proceso que reduzca drásticamente el “peso” de los datos, sin perder calidad observable de la señal. Este proceso es el que se conoce como compresión de video y sólo es posible realizarla cuando se trabaja con datos binarios o informáticos. Para realizar la compresión se trabaja con la redundancia de los datos que posee la señal de televisión en los cuadros de imagen, sea al interior de uno (espacial) o entre cuadros sucesivos de imagen (temporal). Básicamente en dos aspectos que dan origen a los tipos de compresión, la redundancia temporal que es aquella que surge de la similitud entre dos cuadros sucesivos de imagen de televisión y la redundancia espacial que proviene de la alta probabilidad de que dos elementos adyacentes o píxeles tengan una similitud clara o sean idénticos. El eliminar esta redundancia permite reducir el número de bits por segundo de transmisión y por ende el “peso” del archivo, permitiendo su mejor y más operativa transmisión.

Por esencia, la televisión digital se presenta interactiva, multimediada y con la posibilidad de una oferta altamente multiplexada. La matriz del sistema televisivo numérico resuelve técnicamente la posibilidad de cierre del acto comunicativo por parte del usuario, ya que es posible el feed-back o retroalimentación entre emisor y usuario, por supuesto dependiendo del tipo de receptor que se tenga. Larregola (1998:192).

La cuestión legal también aparece como un gran desafío para la jurisprudencia chilena, ya que se deberán modificar algunas normas actuales. En la actualidad las concesiones para entregar servicios de radiodifusión televisiva están a cargo del Consejo Nacional de Televisión, según consta en la Ley 18.838, vigente del año 1989. Los servicios limitados de televisión, en tanto, se rigen por la Ley 18.168.

Qué pasará con el espectro y especialmente cómo se reestructurará la nueva legislación que acogerá a los canales locales existentes en Chile, son interrogantes que también buscarán ser resueltas en esta investigación y cuyas respuestas claramente serán de utilidad tanto para las televisoras locales, protagonistas de este cambio tecnológico, como para autoridades, legisladores y futuras investigaciones en el área.

1.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Esta investigación duró tres años y consideró dos grandes etapas. Una primera etapa de trabajo se realizó en España donde se recopiló todo el material documental y entrevistas que sirvieron para analizar la televisión local española y que luego sería incorporado al marco teórico. Posteriormente se hizo una investigación en terreno realizada en Chile entre los meses de febrero del 2009 y febrero del 2010, abarcando como objeto de estudio a los canales locales existentes en el país y que a febrero del 2010 se encontrarán emitiendo su señal, es decir a toda emisora con o sin fines de lucro que, no importando su vínculo de transmisión, su señal no supere los límites geográficos de la región donde está situada dicha emisora y que cuente, al menos, con dos programas de producción propia cuyos contenidos tengan relación con la identidad y realidad de los habitantes de la localidad donde se emite.

1.3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- 1) ¿Cuáles son los desafíos que tienen los canales locales en Chile ante la llegada de la TDT?
- 2) ¿Cuáles son los cambios en contenidos y en producción que deberán enfrentar los canales locales en Chile ante la llegada de la TDT?
- 3) ¿Cuáles son las ventajas del sistema de televisión digital para los canales locales en Chile?
- 4) ¿Cuáles son las desventajas y temores que tienen las estaciones de televisión local ante el reto de la TDT?

5) ¿Cómo ha sido la transición legal que ha enfrentado la televisión Local para existir en el espectro?

1.4. OBJETIVOS

Objetivo General

El objetivo general será describir la realidad de la televisión local en Chile frente a la implementación de la Televisión Digital Terrestre. En lo sustancial hay que considerar que cuando se genere la implementación de la televisión digital en Chile los canales locales se verán directamente afectados ya sea positiva o negativamente. El estudio por tanto logrará establecer cómo y cuáles serán estas consecuencias. Con el cumplimiento de este objetivo general se logrará además establecer un catastro de la actual situación de los canales locales en Chile y a partir de esta situación determinar los desafíos y dificultades que deberá enfrentar la televisión local ante la llegada de la televisión digital.

Objetivos Específicos

A) Analizar los desafíos que trae la televisión digital para los canales locales chilenos

B) Analizar los cambios en contenidos y en producción que deberán sortear los canales locales ante la llegada de la televisión digital

C) Analizar las ventajas del sistema de televisión digital para la televisión Local

D) Analizar las desventajas y temores que tienen las estaciones locales ante el reto de la televisión digital.

F) Analizar la transición legal hacia el sistema de televisión digital en Chile.

1.5. HIPÓTESIS

A) Los canales locales desconocen las verdaderas utilidades y ventajas del nuevo sistema de televisión.

Importancia teórica:

Se logrará establecer las virtudes y beneficios directos que tendrá la implementación de la TDT en Chile para los canales de Televisión Local. Así también, se obtendrá mediante la investigación información que será de gran utilidad para establecer los alcances directos en la audiencia de la TDT.

B) La legislación chilena no cumple con los requisitos para el buen funcionamiento y desarrollo de la televisión local en el país.

Importancia teórica:

Se demostrará, a través de un catastro y registro, las falencias y modificaciones que necesita la actual legislación chilena para la implementación de la TDT. A través de estos datos se podrá establecer una relación directa entre la demora en la implementación de la TDT en Chile y las necesarias modificaciones legales que deben hacerse.

C) Los canales locales tienden a rechazar la TDT pues desconocen cuál será el costo económico que deberán desembolsar para la implementación de la televisión digital terrestre en Chile.

Importancia teórica:

A partir del conocimiento de la actual realidad de los canales locales, se podrá determinar cuáles son los requerimientos tecnológicos que ellos necesitan para la implementación de la televisión digital y ver, por tanto, si el mercado les permitirá asumir ese desafío y costo.

D) Existe desconocimiento de las estaciones locales respecto de cuál será la infraestructura tecnológica y aparatos que necesitarán para generar el cambio desde una señal analógica a una digital.

Importancia teórica:

Se establecerá un parámetro estándar de acuerdo a cuáles serán los requerimientos mínimos en que necesitará un canal local para generar un cambio y seguir compitiendo por la audiencia específica.

1.6. EXPLICACIONES METODOLÓGICAS

Genéricamente, la investigación es una actividad humana orientada a descubrir algo desconocido. Tiene su origen en la curiosidad innata de los hombres, es decir, en su deseo de conocer cómo y por qué son las cosas y cuáles son sus razones y motivos. Responde también a la indigencia natural del hombre, al que la naturaleza no le ha dado todo resuelto como a los animales, lo que lo obliga a investigar y buscar solución a sus problemas, dificultades y necesidades. Desde este punto de vista toda averiguación sobre algo no conocido y toda búsqueda de solución a algún problema es investigación, pero sólo será investigación científica si se hace según un método científico y sólo lo será social si su campo de investigación es la sociedad. Sierra Bravo (2005: 27).

De ahí que la investigación científica social sea entendida como el proceso de aplicación del método y técnicas científicas a situaciones y problemas concretos en el área de la realidad social con la finalidad de dar respuesta a ellos o bien generar nuevos conocimientos.

Existen diferentes tipos de investigación social y se diferencian por los aspectos que uno u otro investigador dispone que conformen la estructura de ella. Así visto, el diseño de esta investigación queda definido de la siguiente manera:

1.6.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

A) Según su finalidad: Es una investigación básica pues busca una mejor comprensión de los fenómenos sociales.

B) Según su alcance temporal: Es una investigación seccional, pues se refiere o estudia un momento específico.

C) Según su profundidad: Es una investigación explicativa, pues no sólo mide una o más variables en una muestra de una población, también estudia relaciones de influencia entre ellas, con la intención de conocer los factores que intervienen en los fenómenos sociales y su dinámica.

D) Según su amplitud: Es una investigación microsociológica, pues estudia variables y su relación en un grupo mediano.

E) Según sus fuentes: Es una investigación mixta pues opera con datos primarios, es decir recogidos para la investigación y por los investigadores, pero también consulta otras fuentes secundarias como investigaciones previamente hechas y documentos atinentes al tema.

F) Según su carácter: Es una investigación cuantitativa-cualitativa, pues mezcla los dos enfoques históricos de la investigación social. Por un lado se centra en aspectos objetivos y susceptibles de cuantificar (gráficos de datos) y por otro busca descubrir el sentido y significado de dichas acciones o comportamiento social.

G) Según su naturaleza: Es una investigación empírica pues trabaja con hechos recogidos de forma directa por el investigador.

H) Según su objeto social: Es una investigación que busca analizar una institución social, en este caso se estudia a un medio de comunicación social como son las televisoras locales chilenas.

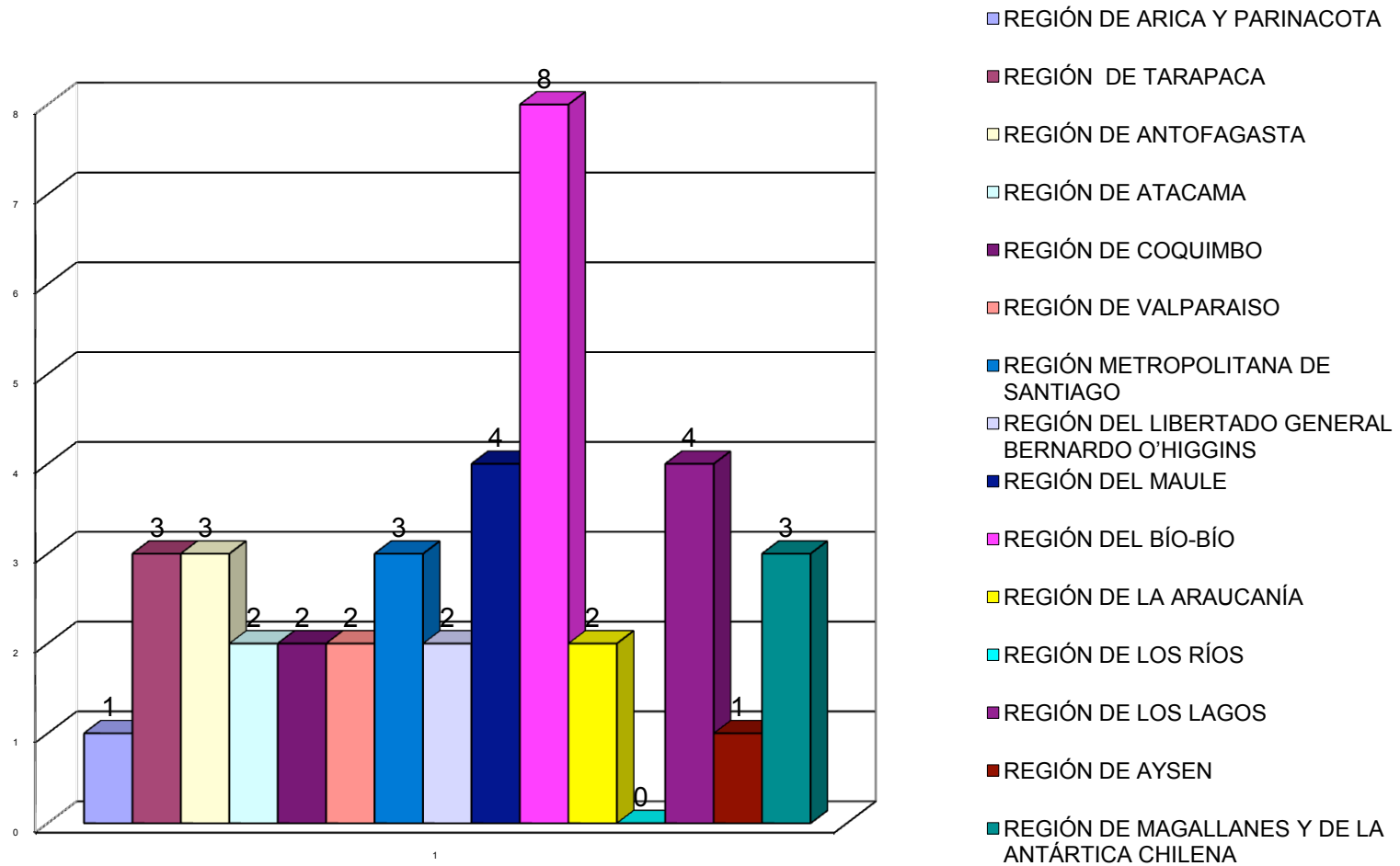
1.6.2. MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

En cuanto al método y técnica de recolección de información esta investigación se basó en un muestreo estratificado con afijación proporcional. Canales (2006:144).

Para ello, se realizó un catastro previo de aquellos medios de comunicación que entraban en la categoría de medio local dispuesta por los investigadores y luego se subdividió en estratos, obteniendo una muestra proporcional de cada estrato equivalente al 50 %.

Como resultado del catastro se concluyó que 40 medios de comunicación a nivel país entraban en la categoría de medio local dispuesta por el investigador. Dicha definición acoge a *toda emisora con o sin fines de lucro que, no importando su vínculo de transmisión, su señal no supere los límites geográficos de la región donde está situada dicha emisora y que cuente, al menos, con un programa de producción propia cuyos contenidos tengan relación con la identidad y realidad de los habitantes de la localidad donde se emite*. (Ver gráfico adjunto). A dichos medios se les aplicó un instrumento sometido a la crítica de pares, el que queda consignado en el capítulo *Anexos* de esta investigación.

Gráfico Distribución Televisoras Locales en Chile



Del total de cuarenta estaciones de televisión locales que fueron consideradas para el estudio, se crearon dos grandes estratos a nivel país:

Estrato 1: Que comprende 22 canales distribuidos en las regiones de Arica y Parinacota; Tarapacá; Antofagasta; Atacama; Coquimbo; Valparaíso; Región Metropolitana de Santiago; del Libertador Bernardo O'Higgins y Región del Maule.

Estrato 2: Que comprende 18 canales distribuidos en las regiones del Bío Bío; De la Araucanía; De los Ríos; De los Lagos; De Aysén y Región de Magallanes y de la Antártica Chilena.

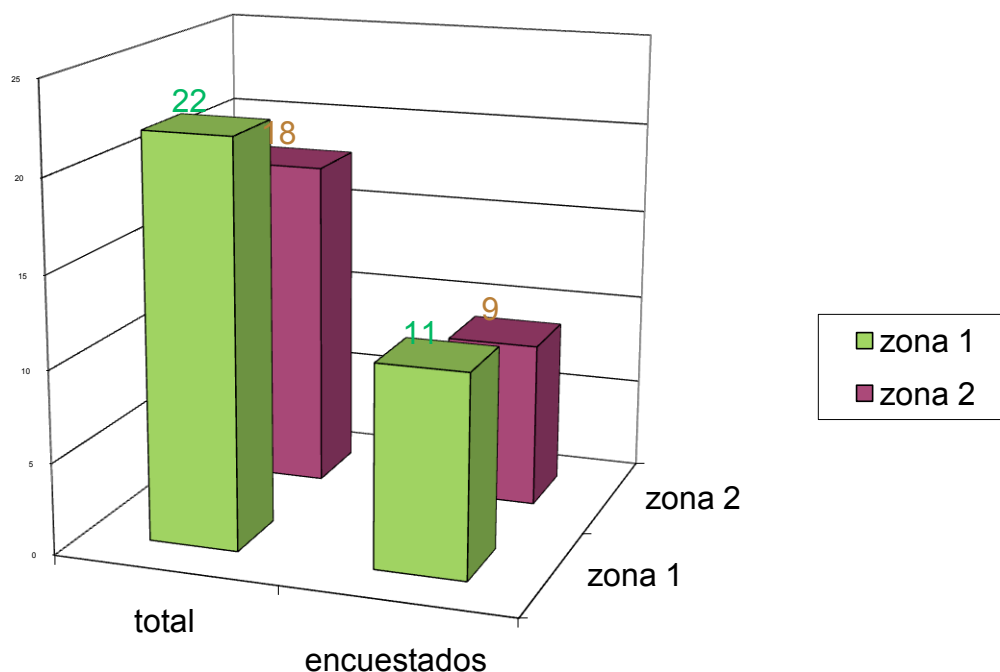
Como el muestreo estratificado por afijación proporcional establecía aplicar el instrumento a un 50 % del universo. Se encuestó a once canales del Estrato 1 y nueve del Estrato 2. Según se consigna en gráfico adjunto.

La siguiente tabla desglosa los canales encuestados por Estrato, así como la región a la que pertenecen. En total fueron encuestados 20 canales en todo el país.

Tabla Resumen

Estrato	Región	Canales
1	Región de Arica y Parinacota	1. <i>Arica TV</i>
	Región de Tarapacá	2. <i>Nor TV</i> 3. <i>Iquique TV</i> 4. <i>Tarapacá TV</i>
	Región de Antofagasta	5. <i>Antofagasta TV</i>
	Región de Atacama	6. <i>Canal 3 Diego de Almagro</i> 7. <i>Chañaral TV</i>
	Región de Coquimbo	8. <i>Cuarta Visión</i>
	Región de Valparaíso Región Metropolitana Región del Libertador General Bernardo O' Higgins	9. <i>Girovisual</i> 10. <i>Más Canal 22</i>
	Región del Maule	11. <i>TV 5 Linares</i>
2	Región del Bío Bío	12. <i>Bulnes TV</i> 13. <i>TVU</i> 14. <i>TV8</i> 15. <i>Pacífico TV Curanilahue</i> 16. <i>VTV Yungay</i>
	Región de la Araucanía Región de Los Lagos Región de Aysén Región de Magallanes y de la Antártica Chilena	17. <i>Pucón TV8</i> 18. <i>Canal 5 Puerto Montt</i> 19. <i>ITV Patagonia</i> 20. <i>Más TV 35 (I)</i>

Canales Locales por Zona



Paralelamente al instrumento del sondeo (ver instrumento en anexo), en la etapa de recolección de datos se aplicaron entrevistas no estructuradas en profundidad a directores y gerentes de medios de televisión local elegidos por su representatividad del universo (ver transcripción de entrevistas en anexos).

En ese fin fueron consideradas ocho televisoras que cumplían con la función de representar la variedad del universo. En esta etapa de la recolección de datos, se consideró desde televisoras donde trabajan dos personas, como *Colchagua Televisión*, hasta televisoras donde trabajaban más de 36 personas como es *Girovisual* o *TV8*. Así también, se incorporó a representantes de canales locales municipales y directores de canales locales comunitarios, como también a canales que salían por señal abierta, por señal cable o por ambos a la vez. Por otro lado, también se consideró a

canales locales de pequeñas ciudades, como es el caso de *televisión* de Yungay, San Javier u otros que funcionan en capitales regionales como *televisión 8* en Concepción y *Canal 39* en Santiago de Chile.

La lista de entrevistados es la siguiente:

Andrés Pons y Rous Pons. El primero director y propietario de *Giro Visual Televisión*, mientras que la segunda es la Directora de Prensa del canal de la Región de Valparaíso.

Luis Flores. Director y propietario de *Iquique Televisión*, Región de Tarapacá.

Gastón Muñoz. Director del *Canal 39* de La Pintana, Región Metropolitana.

Manuel Palma y Sergio Palma. El primero es Director y propietario de *Colchagua Televisión*, mientras que el segundo es el Editor de Prensa del canal de la Región del Libertador General Bernardo O'Higgins.

Patricio Almendra. Director y Gerente de *televisión 8*. Canal local de la Región del Bío Bío.

Mariano Arana. Director y Gerente de *Televisión Yungay*, canal local de la Región del Bío Bío

Cecilia Rojas. Directora del *Canal 5* de Linares. Canal local de la Región del Maule.

Alexis Berríos. Editor General de *Canal 30* de San Javier. Canal local de la Región del Maule.

1.6.3. Métodos y técnicas de análisis de resultados

Una vez obtenidos los resultados, éstos se analizaron con la técnica de triangulación de datos, cuyo objetivo es describir, conectar y clasificar la información recolectada. Salinas y Cárdenas (2009:496). Método ampliamente difundido en las investigaciones cualitativas y que considera primero una identificación de categorías, para luego vincularlas entre sí, con la intención de revelar sus temas y patrones característicos.

La finalidad del análisis fue contrastar los resultados de las encuestas con las entrevistas no estructuradas en profundidad realizadas a directores de canales locales. En base a ello, en el capítulo denominado Análisis de Resultados, se crearon categorías temáticas con la intención de agrupar y ordenar los datos, para luego realizar un análisis en profundidad de ellos, con la finalidad de realizar inferencias que luego son expuestas y desarrolladas en el capítulo denominado *Conclusiones*.

CAPÍTULO 2

La Televisión Local y su encuentro digital

2.1. El encuentro entre televisión local y difusión digital

2.1.1. Contexto internacional

Los diferentes modelos de televisión local existentes en el planeta son tan diversos como la cantidad de países en los que se desarrollan, pero para beneficio de los investigadores existe una suerte de modelos clásicos o fundadores que han servido de base para muchos de los sistemas de televisión local actuales, incluido el español. Entre ellos están sin duda, Estados Unidos, Canadá, Francia, Italia, Bélgica, Reino Unido y Alemania.

En el caso español el marco de referencia obligado son los países miembros de la Comunidad Europea y también Estados Unidos, pero importa tener presente que al hablar de televisiones locales nuevamente se cae en el riesgo de hacer una división arbitraria, por lo tanto es conveniente analizar dicha clasificación entendiendo que ellas se desarrollan en realidades muy diversas.

A nivel global la televisión en Europa se desarrolló bajo premisas de fuerte centralismo, es decir al alero de las grandes capitales y de ahí se extendió hacia las provincias difundiendo principalmente una programación única para todos. Sin embargo, ya en los años 50 en el Reino Unido y en los 60 en el resto de Europa, las necesidades de descentralización comienzan a ser evidentes y se instalan centros de televisión en las principales cabezas de provincias, que actúan como una suerte de corresponsales informativos y técnicos de la televisora nacional.

En un principio muy raramente algún centro se desempeñó como productor de programas o de contenidos, ya que sólo se remitían al envío de información o a pequeñas fracciones de tiempo semanal que servían de desconexión para la entrega de información regional.

Las necesidades informativas de los usuarios y en los años posteriores la apertura de nuevos mercados regionales, hacen que esta suerte de oficinas de la televisora madre comiencen cada vez más a actuar de manera independiente. Aún cuando, no fuere la principal motivación de las estaciones nacionales, que miraban sin interés el desarrollo de estas segundas y a veces terceras estaciones.

Entre mediados de la década del 70 y mediados de los 80 en Europa se generalizan las críticas al monopolio de la televisión pública. Fenómeno que tendrá varios frentes, uno de ellos, sino el principal es la descentralización territorial de las estructuras audiovisuales. Junto con ello, el surgimiento de nuevas tecnologías y una mayor oferta abaratarán los costos de equipos de producción audiovisual en toda Europa, lo que permite la participación de nuevos actores en la realización y difusión audiovisual.

Durante este período surgen las primeras estaciones locales y se refuerzan las estructuras regionales de las operadoras públicas con el surgimiento de terceros canales de base regional como FR3 en Francia y la RAI3 en Italia.

En esta época en España se vive la transición política, donde uno de sus principios es la configuración del Estado español como un Estado autonómico y la creación de 17 Comunidades Autónomas, sentando las bases para el desarrollo de un sistema audiovisual regional que será considerado como uno de los más amplios y completos de Europa, después del alemán. Moragas (1999:21).

En la segunda mitad de los años 80 se hace presente la globalización en la televisión europea y los canales privados, nuevos protagonistas del mundo televisivo, luchan por conseguir aquel margen de audiencia que le garantice no sólo ganancias económicas, sino la solvencia financiera para

destacar en el cada vez más abundante abanico de ofertas televisivas, que a esa altura ya arriesga la permanencia de las antiguas y arraigadas televisoras públicas.

Estos años serán claves para el desarrollo de la televisión local, pues mientras los canales privados no tienen interés en las pequeñas coberturas, sino en aquellas que les entreguen grandes audiencias como son las nacionales e internacionales, los pequeños canales ganan fidelidad en las comunidades que emiten.

A eso se suma que cada vez más los canales públicos se ven limitados en la competencia, obligados por su compromiso regional, lo que los obligará a congelar la descentralización. Todo ello lleva a que la proximidad, entendida como aquel espacio común entre el televidente y el emisor y que servirá de base a la programación, pierda interés y visibilidad ante la irrupción de canales comerciales y programación de entretenimiento.

Llegados los años 90 e iniciada la transición digital, la privatización de cadenas y las nuevas tecnologías revolucionan el marco audiovisual europeo, permitiendo el nacimiento de nuevos canales de televisión, lo que llevará a que la proximidad nuevamente adquiera importancia. Ahora entendida como una nueva oportunidad de mercado, basada en la tendencia de audiencias cada vez más específicas. De esta manera las antiguas oficinas de desconexión de las televisoras públicas adquieren relevancia y surgen nuevas televisoras de cobertura regional y local.

Día a día suman más las ciudades europeas que poseen una estación propia sea pública, privada o mixta, la que entrega información cercana y contenidos propios a sus habitantes. Lo que curiosamente interesará a cadenas privadas que verán en la diversificación de audiencias cada vez

más específicas, una interesante oportunidad de mercado.

En España es el caso de *Antena 3* y *Tele Cinco*; en Gran Bretaña el de *televisión*; en Dinamarca destaca el caso de *TV 2*; en Suecia *TV 4* con un total de 15 desconexiones locales; en Alemania destaca el caso de *SAT1* y *RTL* que emiten ventanas regionales.

2.1.2. Factores que influyeron en la descentralización de la televisión en Europa

A nivel global, el fenómeno que da origen a los modelos de televisión local, que actualmente funcionan en los distintos países europeos posee algunos componentes comunes, independiente de la nación en la que se desarrolla. Así por ejemplo, destacan factores políticos, culturales, tecnológicos y mediáticos que coincidentemente determinaron el desarrollo de la televisión en países que son muy distintos entre sí. Cabe destacar que dichos factores no actuaron de forma independiente, es decir no hay una suerte de causa efecto que haya provocado el surgimiento de la televisión local, sino surgen de una influencia conjunta que puede ser observada de manera independiente como una manera de facilitar la investigación.

A. Factores políticos

Es uno de los factores con más incidencia dentro del desarrollo de la televisión local en Europa. Dentro de este factor destacan elementos claves como la división político administrativa de los Estados; la influencia de los partidos políticos en la televisión de proximidad y el predominio de la iniciativa pública en la televisión Moragas (1999:26).

A-1) División Político-Administrativa: Aún cuando no haya sido la finalidad última de los estados, la descentralización político administrativa, que tiene su auge a finales de los 70 en Europa, tiene una influencia inmediata en el sistema televisivo del Estado que se descentraliza. Es el caso de países como Francia, Italia y España donde el vínculo entre ordenación del territorio y televisión regional es evidente. Por ejemplo, en España la Constitución de 1978 dio inicio al régimen autonómico y de paso permitió la aparición de televisiones autonómicas cuatro años después. Otro caso es el de Italia, donde la creación de regiones en la segunda parte de los 70 encontró influencia inmediata en la creación de la *RAI 3* en 1979. Así también en Francia, la aplicación de la Ley de Descentralización en 1982 incluyó una reforma audiovisual que fragmentó *FR3* en doce sociedades de televisión independientes.

A-2) La influencia de los partidos políticos en la televisión de proximidad: Las pequeñas audiencias que sumadas consignan un buen número de votos, se convierten en una excelente ventana para influir políticamente en los ciudadanos. Eso es entendido rápidamente por las elites políticas que buscan el control de los medios regionales y locales como instrumento ideológico, instrumento que puede ser ocupado ya sea para convencer a los votantes o bien para luchar contra la oposición partidaria. Generalmente es el Gobierno de turno quien determina qué jugador se hará con qué licencia de televisión, aún cuando las leyes de las Comunidades Autónomas muchas veces pueden dar origen a que partidos de oposición se hagan con las licencias televisivas.

A-3) Predominio de la iniciativa pública en la televisión: Muy relacionado con el factor anterior, el protagonista indiscutido de

toda iniciativa creadora de televisión regional y local es el Estado, seguido indudablemente del mundo privado. En ello hay que considerar diferentes factores, entre ellos el costo, donde se toma en cuenta, por ejemplo, el que instalar una sede local de una televisora nacional o regional resulta muy barato, pues “hereda” equipamiento técnico y por sobre todo contenido de su sede madre. Más aún, cuando la obligación de una televisora pública no es precisamente la rentabilidad económica, sino la de servicio público con todas las condicionantes que de este acto se puedan inferir.

B) Factores Culturales: La voz de las minorías organizadas muchas veces puede sonar más fuerte que la voz de las grandes mayorías. Especialmente cuando son la lengua y el arraigo cultural los ejes de lucha. El poder de las minorías culturales se vislumbra en aquellos estados que poseen zonas o territorios cuya cultura y/o lengua es muy distinta a la del resto de la nación. Es el caso de España y su *Televisión de Catalunya* o también el caso de *Euskal Telebista* o la Televisión de Galicia, situación que también se repite en el Reino Unido con *S4C*. Hay que destacar eso sí, que la diferencia lingüística no basta para que surjan televisoras regionales o locales. Muchas veces factores geográficos influyen para que el arraigo cultural sea mucho más puro y en eso la televisión local puede ser un muy buen instrumento para reforzar la identidad de una determinada comunidad. En este caso es muy común que la iniciativa televisiva se origine en los propios habitantes y no sea una actividad política estatal.

C) Factores tecnológicos: La tecnología avanza a una velocidad impresionante, sabido es que la cámara de televisión que se compra hoy al año siguiente ya puede estar obsoleta. Antiguamente esta velocidad tecnológica y por sobre todo el costo de las inversiones resultaba muy difícil la actuación de nuevos protagonistas en el ámbito de la producción televisiva. Sin embargo, hoy es la misma velocidad del cambio la que

permite que nuevos jugadores se integren al juego. La digitalización de los equipos ha hecho que se abaraten enormemente los costos de la tecnología, pero también del equipo humano que la maneja.

Hoy un equipo de televisión ENG o de prensa ligera fácilmente puede ser operado por una persona o dos, antiguamente los equipos humanos estaban compuestos por un mínimo de cuatro personas con el costo de horas hombre que ello significaba.

Por otro lado, la compresión de la señal digital ha hecho que el espectro radioeléctrico u otros vínculos como el cable y el satélite se multipliquen. Por ejemplo, en el caso de la televisión por ondas hertzianas, el espectro sigue siendo el mismo pero la compresión de la señal permite transmitir cuatro ó cinco señales de calidad estándar, donde antes sólo cabía una.

Los bajos costes de la tecnología, en comparación con la era analógica de los años 70 y 80, permiten que cualquier comunidad organizada pueda optar a crear contenidos audiovisuales que contribuyan a su propia identidad y existencia colectiva. Más aún, si se toma en cuenta que ante la abundancia de televisoras en un mismo territorio, cada día más el televidente se está refugiando en lo que le parece más propio e íntimo. Fenómeno que expertos han denominado como la era de la comunicación “Glocal”. Era donde el territorio y el espacio de difusión son desplazados por referentes socioculturales que deben estar plasmados en los contenidos audiovisuales.

D) Factores mediáticos: No todas las televisoras locales pueden ser consideradas como de proximidad. Algunas de ellas son sólo televisiones “ventanas” de grandes cadenas que ocupan dichas concesiones para repetir sus contenidos generalistas o simplemente para difundir información comercial, sin un control estricto por parte de las autoridades

correspondientes. Sin embargo, también hay grandes empresas de comunicaciones europeas que han visto en las audiencias locales la posibilidad de llegar a pequeños, pero específicos públicos con intereses similares a un costo mucho más bajo si se compara con la televisión de cobertura nacional, sea de cable o aérea. De ahí que los intereses privados sean cada día más comunes en el mundo de la televisión local. A ello se suma que la televisión de cobertura nacional está dominada por los grandes grupos económicos, ya sean privados o públicos, haciendo casi imposible la incorporación de nuevos protagonistas al mundo de la televisión, lo que ha motivado la migración de dichas inversiones al mundo local.

Debido a ello el espacio local, en algunas ciudades prácticamente vacío, es una muy buena oportunidad de negocios para aquellos que quieran adquirir experiencia para una futura apuesta de cobertura mayor. Ello, sin contar la alternativa económica que significa tener una industria y comercio local, que por décadas ha permanecido imposibilitada de apostar a colocar un spot de 30 segundos en la televisión abierta.

2.1.3. Francia e Inglaterra, orígenes y desarrollo de la televisión local

Según establece Miquel de Moragas en su libro “Televisión de proximidad en Europa”, las primeras etapas de la televisión en este continente se desarrollaron bajo premisas de fuerte centralismo. Su desarrollo se inició en las capitales y grandes ciudades europeas como Madrid, París, Roma y Londres, para luego extender su programación hacia las provincias, pero siempre con la misma programación en una primera etapa. Las primeras manifestaciones de descentralización surgen en los años 60 y en los 50 en el Reino Unido, como una especie de delegaciones televisivas del ente central, pero que con el tiempo comienzan a emitir pequeños noticieros o boletines informativos regionales en forma de desconexión.

Es a finales de los años 60 y comienzos de los setenta que las grandes cadenas públicas, como *BBC* en el Reino Unido o *televisión* en España, una vez que se han consolidado económica e institucionalmente comienzan a crear segundos e incluso terceros canales, acercando de esta manera la realidad local y regional a la televisión. En una primera etapa su actuación será similar a una corresponsalía y muy raramente como productores de contenidos. En ese sentido destaca y se diferencia la *televisión* del Reino Unido, cadena comercial creada en base a televisoras regionales independientes.

Entre 1975 y 1985 cuando coinciden una serie de factores como las críticas al monopolio de la televisión pública y el notable abaratamiento de los costos de producción y difusión televisiva. Hecho que permite desarrollar las bases para la televisión a pequeña escala. Esto es notorio en países como Francia e Italia, pero también en Alemania, Reino Unido, Holanda, Sinarca y Bélgica. Es en este período donde surgen las primeras televisoras locales y se refuerzan las estructuras regionales de las televisoras públicas. Moragas (1999:21).

En los años 90 la consolidación de la era digital se acerca a pasos agigantados y la transformación tecnológica permite la multiplicación de las emisoras, surgiendo nuevas televisoras locales y regionales. Incluso grandes emisoras públicas como *France 3* entienden los contenidos de proximidad como una estrategia competitiva importante. Es durante este período donde cada vez más las pequeñas ciudades europeas cuentan con canales propios, sean privados, públicos o mixtos.

Es en la descentralización de muchas televisiones públicas europeas en forma de corresponsalías y centros de producción más o menos potentes y autónomos; de desconexiones regionales de las emisiones e incluso de terceros canales regionales, como la *RAI3* y *FR3*, donde se originan los primeros visos de una naciente televisión que será la primera

versión de la descentralización televisiva como reflejo de la descentralización política Bustamante (2004:143).

La actual situación de los medios en Europa que los ha llevado a pasar por los procesos de desregulación, privatización, internacionalización y convergencia, ha sido vista como una etapa perjudicial y opuesta a las experiencias comunicativas a pequeña escala. Es más, según esta postura la revolución digital no hará más que agravar la frágil posición de los medios locales y regionales. Según esta visión, la pujanza de los grandes grupos multimedia internacionales y el alcance de los satélites y de las plataformas digitales han de conducir a la marginación de las pequeñas televisiones de difusión local y regional. Sin embargo, la existencia de dichas posturas, los últimos 15 a 20 años han sido los de la descentralización de la televisión en Europa. Es más, en todos los países de la Unión Europea, han surgido o consolidado sistemas audiovisuales locales y regionales, aún cuando eso no signifique que el futuro de la televisión de proximidad europea esté libre de incertidumbres. Moragas (1999:15).

La búsqueda de nuevos mercados y beneficios llevó a que muchos canales privados y no pocos públicos impulsaran sus desconexiones en busca de nuevos mercados publicitarios. Anunciantes regionales o locales a precios más bajos o simplemente para ofrecer a sus grandes marcas una distribución capilar más atractiva Bustamante (2004:144).

La televisión regional y local no puede ser considerada como un fenómeno marginal o aislado, sino simultáneo y complementario a las tendencias transnacionalizadoras y globalizadoras en el ámbito comunicativo: la nueva sociedad de la información no es tan sólo una sociedad transnacional, sino más bien una sociedad que es al mismo tiempo es local y global, y que puede ser descrita como simultáneamente transnacional, nacional, regional y local. (Moragas y Garitaonandía, 1995)

El caso francés

Es la Ley sobre comunicación audiovisual promulgada el año 1982 la que marca el fin del monopolio del Estado en la televisión francesa. A partir de ese año la televisión pública hertziana empieza a competir con otros canales y soportes como el cable y satélite. Es esa legislación la que crea la *Haute Autorité de la Communication*, entidad encargada de regular el sistema audiovisual y nombrar a los directores de cadenas públicas. También en ese año la Dirección General de Comunicaciones impulsa el “plan cable”, mediante el cual la mitad de los hogares franceses accede a una conexión de cable que le permite recepcionar más de 15 canales de televisión, con canales locales incluidos, especialmente gracias al impulso dado por los municipios. Sin embargo, cuatro años más tarde una nueva ley audiovisual coarta el desarrollo de la televisión local, pues no obliga a los operadores de cable a incluir a las televisoras locales en él. (Bardou-Boisnier y Pailliat, 1999).

Siete años más tarde, en 1989, surge el Consejo Superior del Audiovisual, CSA, que reemplaza a la *Comisión Nationale de la Communication et des Libertés*, CNLC, que a su vez había sustituido a la *Haute Autorité del Àudiovisuel*. Este nuevo organismo vela por la no concentración de los medios y regula tanto al sector audiovisual público como privado. Así también, el CSA tiene la particularidad de poder autorizar las televisiones locales y fijar sus obligaciones.

Reguladas por el CSA, en Francia operan diferentes tipos de televisoras locales y regionales. Las hay aquellas que son desconexiones de cadenas públicas nacionales, como también desconexiones de cadenas nacionales privadas como *M6* que emite más de 10 informativos locales. Por otro lado, existen televisoras locales que emiten en una sola ciudad por vía hertziana como *Télé Lyon Métropole* o canales de pago como *Télé 2 Savoies*. Todos estos canales tienen diferentes fuentes de financiamiento y

distintas estrategias de desarrollo, pero todos producen programación específicamente local y comparten algunos contenidos con otras televisoras de la misma naturaleza.

El fenómeno de las desconexiones locales data de los últimos 10 años (finales de los noventa) y se caracteriza por un enfoque netamente local, en ellas trabajan 7 u 8 personas. En el año 2001 en la Región de Arquitanía había dos desconexiones locales, la de Bayona y la de Burdeos, cifra que se ha incrementado con la apertura de sedes en Pau y Perigord. Hoy *France 3* tiene 45 puntos locales en toda Francia y las sedes regionales tienen plena autonomía para decidir su programación, sin que la sede central interfiera en ello.²

France 3 es una red pública que se diferencia del resto de canales nacionales por su vocación localista y regionalista. Según el artículo N° 2 de su “*cahier des missions et charges*”, es prioridad su vocación particular de cadena regional y local. Privilegia la información descentralizada y los acontecimientos regionales, principalmente los culturales e informativos. Además concede un lugar importante a los informativos regionales y a la televisión de proximidad (Bardou-Boisnier y Pailliar, 1999).

La televisión local durante los años 90 en Francia adquirió una gran importancia, de hecho el concepto televisión de proximidad se popularizó en dicho país a principios de esa década a raíz de una nueva estrategia de expansión descentralizada del canal público *France 3*, consistente en la creación de desconexiones diarias para ciudades grandes y medianas de

² Monedero, C. (2008). *La transición de la televisión de proximidad: comparación entre el modelo andaluz y el francés. Televisión cara a cara*. Trabajo presentado en el Primer Congreso español de televisión digital autonómica y local, octubre, Málaga, España.

provincias.³

Actualmente las televisoras locales que transmiten por vía hertziana en Francia son clasificadas por el CSA en “*Télévision de Ville*” (televisión de ciudad); *Télévision de Pays* (televisión de comarca en la que se ensalza el patrimonio de la zona y *Télévision de Proximité*, un tipo de televisión similar a la televisión espejo.

A diferencia de las desconexiones locales de emisoras nacionales, los canales locales que transmiten por vía hertziana pertenecen a operadores independientes y emiten una programación específica que depende de un estatuto que convienen con el CSA al momento de recibir su licencia. También se puede dar que sean canales de pleno derecho autorizados para emitir por una duración determinada (10 años) o bien son televisoras temporales que nacen con ocasión de acontecimientos culturales específicos. Todos estos modelos de televisiones locales tienen en común el haber sufrido hasta la actualidad dificultades financieras permanentes. Sus presupuestos son modestos y se enfrentan a mercados publicitarios limitados, mientras tienen que asegurar una programación diaria con un costo importante.⁴

Las reglas del juego del CSA imponen estándares de calidad a los medios públicos y privados y no consideran la concesión de licencias si el medio no demuestra coherencia en su programación y autosuficiencia financiera que le impidan caer en manos de otro grupo o estar supeditado a las injerencias de protectores. Esta es la razón de que existan pocas emisoras comerciales locales de televisión por ondas hertzianas en Francia, pues el CSA las considera poco viables económicamente. Sin

³ López, B. (1998). *Televisión de proximidad y culturas minoritarias: complejidades de una relación*. Trabajo presentado en el Congreso sobre Comunicación y Cultura, Octubre, Santiago de Compostela, España.

⁴ Monedero, C. (2008). *La transición de la televisión de proximidad: comparación entre el modelo andaluz y el francés. Televisión cara a cara*. Trabajo presentado en el Primer Congreso español de televisión digital autonómica y local, octubre, Málaga, España.

embargo, desde 1992, con la implantación progresiva del cable, se han venido desarrollando numerosas experiencias de televisión en la modalidad de *Open televisión*, algunas de ellas amparadas por los municipios. Chaparro (2002:83).

La televisión local en Francia, es un fenómeno que refleja una existencia marginal de las expectativas y necesidades. La primera necesidad es la expresada por los espectadores ya que refleja el interés público fuerte para encontrar ecos de la vida en los medios locales como parte de su entorno cotidiano.⁵

A partir del año 2002 la oferta de televisión local en Francia se ha multiplicado tres veces en apenas tres años. Sin embargo, este nacimiento de nuevas televisoras no oculta las dificultades financieras que enfrentan dichas estaciones. A pesar de ellos las estaciones locales de televisión han ganado un público fiel, como lo demuestran varias encuestas recientes. Las estaciones locales de televisión poseen realidades muy diferentes. De hecho, los presupuestos de cada uno son muy disímiles, por ejemplo el de *TLM* es 36 veces superior al de *TV 102*. Algunos canales ofrecen una programación bastante profesional y pueden alimentar la parrilla de las cadenas nacionales, pero otros no. En cualquier caso, todos ellos son una alternativa claramente marcada por los espectadores y logran promover nuevos enfoques a la televisión, tanto en el ámbito de la creación, como en el de la interactividad.⁶

A finales del año 2008 son cerca de 211 los canales de distinta naturaleza y cobertura que transmiten por vía hertziana en toda Francia, de este gran total 59 son canales locales hertzianos, incluidos aquí *Télévision de Ville* (televisión de ciudad); *Télévision de Pays* (televisión de comarca en

⁵ Rapport Sur les télévisions locales. Ministre de la Culture et de la Communications.1998

⁶ Canales locales en Francia: Una dinámica vulnerable. *Boletín CSA* N° 160. Extraído el 5 de marzo de 2010 de: www.csa.fr

la que se ensalza el patrimonio de la zona y *Télévision de Proximité*.⁷

Entre las peculiaridades del modelo comunitario francés conviene resaltar el papel del Ministerio de Cultura, que ha creado un fondo de ayuda para el sostenimiento de las emisoras de esta categoría. En este caso, no sólo se promulga una legislación que garantiza los derechos de la ciudadanía a gestionar y participar en medios, sino que se trata de proteger su existencia en función de los proyectos que defienden, incentivando de esta manera su operatividad y eficacia. Chaparro (2002:83).

El caso Británico

El marco legal de la televisión británica lo constituyen los estatutos de la *BBC* y las diversas leyes del Parlamento británico que regulan la televisión comercial. En ese sentido, la *BBC* se constituyó como organismo público en el año 1927 y se financia casi en su totalidad del canon que pagan los propietarios de aparatos receptores.

Además de la principal cadena televisiva *BBC 1*, que inició sus emisiones en 1936, la *BBC* cuenta con un segundo canal *BBC 2* lanzado en 1964 y que no está dirigido al público masivo, como el primero. La televisión comercial surge de la mano de la *Television Act* que autoriza la creación de las compañías de televisión privadas. La televisión comercial, que se autodenominó *Independent Television, ITV*, comenzó a funcionar en base a licencias de concesión regionales para áreas y tiempos específicos, podía financiarse en base a publicidad y era regulada por la *Independent Television Authory, ITA*, la que luego según la Ley surgida en 1990 transformaría en *Independent Television Commission, ITC*. (Cormarck, 1999).

⁷ Cifra del investigador extraída de informes del Ministerio de Cultura Francés y tablas de concesiones hertzianas de televisión del CSA.

Ya en los años setenta la audiencia queda repartida al 50% entre la *ITV* y *BBC*. Esta situación se mantiene hasta los años ochenta, en los que nuevamente un gobierno conservador realiza un estudio para analizar la viabilidad de poner en funcionamiento una televisora, de tendencia cultural, minoritario y que emita programas de productores ingleses independientes. Esta nueva estación es *Canal 4*, que empieza sus emisiones en el año 1982. Poco tiempo después la televisión británica consigue llegar a un nuevo equilibrio, con dos cadenas públicas, la *BBC1* y la *BBC2*, y dos cadenas privadas, la *ITV* (que en los 90 pasará a llamarse *Canal 3*) y el *Canal 4* (también en los 90 se crea otra nueva estación que pasa a llamarse *Canal 5*).⁸

Hasta ese entonces, la *BBC* satisface las distintas necesidades de la sociedad a través de sus dos cadenas: *BBC1* que emite programas de entretenimiento, deporte, infantiles y emisiones extranjeras y *BBC 2* que se crea gracias al informe Pilkington en 1964 y que pone interés en programas de audiencia minoritarias. De la Torre (1994:307).

Como ya se expuso en párrafos anteriores, antes de la creación del *Canal 4* en el año 1991, la televisión en el Reino Unido se caracterizó por lo que se llamó un "duopolio cómodo" de la *BBC* y la *ITV*. Ambas tienen muchas diferencias, entre ellas destacan el que la *BBC* se financia por el canon de franquicia y en cambio los titulares de *ITV* disfrutaron de monopolios regionales en los ingresos publicitarios. La *BBC* realiza la mayor parte de su programación, lo que exige significativa capacidad técnica y de producción, mientras que las empresas de *ITV* elaboran sus propios programas regionales y otros productos audiovisuales que se distribuyen en la red.

⁸ La Caja Tonta. Extraído el 15 de marzo de 2010 de: <http://www.telecable.es/personales/matius/09-TELEVISION2.doc>

Ambas televisoras tienen desconexiones regionales, la *BBC* hasta el año 2009 tenía 12 desconexiones o boletines regionales y *Channel 3* o *ITV* poseía 8 sólo en Inglaterra, una en Escocia, una más en Wales y otra en Irlanda del Norte. Más otras seis televisoras sub regionales que operan en ciudades importantes de algunas provincias.

En torno a la televisión local es la *Broadcasting Act* de 1990, la normativa que estableció un marco legal para los servicios de difusión local, sean de televisión o radiales. A principios de los años 90 se otorgó algunas licencias a operadores de cable y seis años después con la promulgación de la *Broadcasting Act 1996* la televisión local hertziana se convierte en una televisión rentable. Pues permite la creación de servicios locales restringidos, autorizando la emisión de programas televisivos para un establecimiento o localización determinada o bien para un acontecimiento concreto. Aquellas emisiones para áreas determinadas duran dos años y la licencia para acontecimientos concretos se extiende sólo hasta 56 días. Hasta entonces el sistema británico es fuertemente centralizado y los elementos locales tienen un escaso margen de participación. Las compañías de la *televisión* emiten programas nacionales con muy poco contenido local o regional (Cormarck, 1999).

Según un estudio realizado por Ofcom en septiembre del 2009, nueve de cada diez adultos británicos consumen regularmente algún tipo de noticias locales, información u otro contenido a través de televisión, radio, periódicos o Internet. Cada una de estas plataformas desempeña un papel complementario en el suministro de noticias e información y permite a las personas mantenerse en contacto con su comunidad local. De hecho, el mismo informe da fe que cuatro de cinco británicos ve una vez al día un noticiario local y que los consumidores y ciudadanos valoran el papel que juega en sus vidas el contenido regional y local de las noticias locales, pues le ayuda a informarse de lo que está pasando en su comunidad local, mientras que las noticias y otros tipos de contenidos locales contribuyen a

reflejar la identidad cultural del Reino Unido, representando la diversidad y puntos de vista alternativos.⁹

La televisión local es escasa en el Reino Unido. El servicio de Manchester, *Canal M*, propiedad de Guardian Media Group y disponible en la televisión analógica terrestre y por satélite, es actualmente el mayor servicio de televisión local que operan en el Reino Unido. Los otros servicios comerciales de televisión local son proporcionados por compañías más pequeñas, de propiedad privada o fusiones de grupos comunitarios.

Los servicios de televisión local en la actualidad proporcionan una variedad de programación para las áreas geográficas más pequeñas que las de la televisión regional. Todos los servicios terrestres ofrecen noticias locales en algún formato. El contenido del *Canal M* se centra en noticias, deportes y entretenimiento, además de contenidos artísticos y documentales.¹⁰ También destacan servicios de cables “comunitarios” donde sólo unos pocos habitantes de una comunidad específica poseen una red de cable donde se transmite algún contenido local.

2.1.4. Nacimiento de la televisión Local en España

Ya en el año 1985, Sergi Schaaff en un artículo profetizador publicado en la revista *Telos* anunciaba que el modelo de una televisión de masas única y gigantesca estaba destinado a desaparecer y que las televisiones monopólicas asistían impotentes a la fragmentación de sus audiencias. Schaaff (1985:102).

Al alero de ese pensamiento surgieron emisoras como la *BBC*, la *ORTF*, la *RAI* y por supuesto *televisión*. Todas ellas tuvieron vocación de

⁹ Local and regional media in the UK, OFCOM, Septiembre, 2009.

¹⁰ Local and regional media in the UK, OFCOM, Septiembre, 2009.

llegar a la totalidad de los ciudadanos y así convertirse en una única televisión de masas de carácter estatal. Sin embargo, comenzados los años 80 la fragmentación televisiva era ya una realidad, en el caso español el inicio de la década marca el final del monopolio de difusión televisiva ejercido por *televisión* por más de 25 años.

El 12 de enero de 1980 se publica el estatuto de la Radio y Televisión en el que se considera la posible concesión de un canal de televisión a cada Comunidad Autónoma y cinco meses después comenzaba a surgir muy lejos de Madrid, en un poblado de Cataluña, una señal de televisión “alegal” que marcaría el inicio de la fragmentación de la televisión en España.

La televisión local española, también llamada microtelevisión, nace de un impulso que mezcla el fenómeno radial denominado “Radios Libres” del año 1978 y la prensa local post dictadura de Franco. Lo hacen para luchar frente a los colosos televisivos de cobertura nacional y principalmente para dar expresión a sus telescuchas. Schaaff (1985:104).

El hecho que la primera televisión local española por vía hertziana naciera en un pueblo de Cataluña y no en la capital nacional Madrid es resultado de la naturaleza y carácter de la televisión local. Como lo hemos analizado en apartados anteriores, la televisión local surge como una necesidad del pueblo por expresarse y por verse representado en los medios de comunicación. De ahí que la mayoría de las experiencias de este tipo se presenten al alero de una fuerte identidad local y por supuesto de un conglomerado con líderes natos que permitan la asociación.

Televisión Cardedeu, una pequeña televisora del poblado barcelonés del mismo nombre y considerada como la primera emisora local de España, es un claro ejemplo de este proceso. Surgió al alero de un colectivo voluntario y con un financiamiento basado en 400 cuotas de suscripción de

5000 pesetas cada una. Dinero y organización que llevó a que un 23 de junio de 1981 se emitiera por primera vez una señal de televisión local en toda España (aunque las pruebas de emisión ya se habían realizado un año antes). Señal que duraría al aire sólo unos minutos, pues apenas inaugurada fue cerrada por las autoridades en una clara señal de la situación de ilegalidad en la que se encontraba este tipo de emisoras.

La programación de televisión Cardedeu fue heredada de la prensa y posteriormente de la radio catalana. La hora de programación semanal correspondiente a un noticiero local estaba basada en el servicio a la comunidad. Todos los trabajadores eran voluntarios y no contemplaban la publicidad como fórmula de financiación. Navarro (1999:78).

A la experiencia de *Cardedeu* le siguieron emisoras en otras localidades catalanas como Vallirana, Manlleu, Mataró, Sabadell, para luego expandirse a Levante y Andalucía, tan sólo un año después de la primera emisión de *Cardedeu*.

El fenómeno se extiende rápidamente por toda España y tan sólo tres años después de la primera emisión, ya existen más de 30 estaciones de televisión local que emiten en territorio español.

Los promotores de la Televisión Local aparecen como un factor a tomar en cuenta a la hora de analizar el surgimiento de este fenómeno mediático. En general, los impulsores pueden ser colectivos de diversos tipos (con mayor o menor grado de formalidad) o agregaciones en torno a la dinámica generada por un líder. Entre los primeros encontramos desde asociaciones ya constituidas a grupos de amigos unidos por su afición al medio u otras razones. Se trata de personas con un elevado grado de voluntarismo, muy hábiles para desempeñar todo tipo de trabajos y que asimismo asumen innumerables tareas dentro de la televisora Prado y Moragas (1991:19).

El surgimiento de este tipo de emisoras significa una disminución valiosa del espectro monótono del emisor único y aún cuando la mitad de estas emisoras reciben ayuda económica y “amparo” de los ayuntamientos de sus localidades, suelen aportar criterios alejados de los dominantes y son, al contrario de la gran televisión, dinamizadores de las actividades sociales de su entorno. Schaaff (1985:105).

A la hora de enumerar las causas que explican el surgimiento de una televisora local, se encuentran desde necesidades de orden técnico como la mala señal de televisoras de cobertura nacional, hasta factores socioculturales propios de las comunidades donde se origina la televisora.

Emili Prado y Miquel de Moragas realizaron en Cataluña una interesante investigación que puede servir de explicación al fenómeno de fundación. Entre las causas señaladas por los investigadores, además de las de orden técnico ya citadas, destacan la necesidad por parte del emisor de satisfacer su hobby televisivo que puede llevar también al interés por obtener un reconocimiento social por la actuación realizada. A ellos se sumarán factores de orden mimético, lo que se traduce en que si en una determinada localidad existe una televisora, surge el cuestionamiento de por qué nosotros no podríamos tener una. Prado y Moragas (1991:83).

Los primeros pasos del fenómeno de la Televisión Local arrastra las dificultades inherentes de la comunidad donde se origina. Esa manera diferente de entender los programas, propia de la microtelevisión, determina la existencia de la emisora al entusiasmo y energía de quienes y cuantos la hacen. Su existencia, entonces, estaba en continuo riesgo y la audiencia limitada no hacía nada de fácil el camino inicial.

Legislación de ensayo y error

La ley no siempre determina el escenario ideal en el que se moverá y desarrollará la realidad, en algunas ocasiones es la propia realidad la que determina el nacimiento de la ley. Este último es el caso de la televisión local en España. Medios que tuvieron que esperar más de 15 años para que existiera una primera normativa que se acercara en parte a dicha regulación y que a la larga sólo fue un buen intento por terminar con la situación de ilegalidad en la que se encontraban decenas de estaciones locales. (Ilegalidad, pues ellas no funcionaban fuera o contra la Ley, sino simplemente la Ley no existía).

Este es el caso de Cataluña y Andalucía, además de otras regiones de España. "El nacimiento de la televisión en Catalunya se produce fuera de la legalidad, ya que la legislación española no las prevé, ni para autorizarlas ni para prohibirlas, lo que nos lleva a calificar la situación de "ilegal". Esta circunstancia desencadenó las primeras conminaciones gubernativas al cese de emisiones o la clausura efectiva de algunas emisoras. Prado y Moragas (1991:17).

La regulación televisiva española se ha caracterizado por una suerte de ensayo y error en la materia. Leyes que por lo general surgen para dar respuestas a sistemas que han funcionado sin ningún tipo de tutela normativa. Es decir leyes que vienen a parchar problemas existentes y no a prevenirlos como debiera ser la naturaleza de una ley.

La explicación de este diseño se encuentra en la errónea política legislativa seguida en España para afrontar la regulación de los medios audiovisuales, en la que se ha ido dando respuesta normativa a las exigencias de los diferentes entes, cuya plasmación se hace patente en la aparición de cuerpos legales destinados a cada modalidad televisiva en

función de este criterio clasificatorio.

La principal consecuencia de todo ello es la imposibilidad de admitir modelos de televisión que cubran un ámbito territorial superior a un término municipal pero inferior a una Comunidad Autónoma, o a más de una Comunidad Autónoma, circunstancia que resultaría compatible con las demandas de los entes autonómicos y locales, a la vez que permitiría un diseño de la oferta televisiva más razonable, pues el resultado final es que los modelos reconocidos no se corresponden con la realidad. Rozados (2001: 31).

A la luz de esta investigación no se llega a comprender certeramente el porqué de la tardanza en el surgimiento de una ley necesaria para el desarrollo de la televisión local, aún cuando se atisban algunas posibles causas. Prado y Moragas lo consignan hace más de 15 años, haciendo alusión a que la evolución de la comunicación en este sector, y particularmente los cambios tecnológicos, han puesto de manifiesto que las razones que determinaban los criterios restrictivos en el acceso a los medios audiovisuales eran de otro tipo como razones de control político, pero también razones de competencia entre los propios medios de comunicación que se reparten los recursos publicitarios. Prado y Moragas (199:15).

Cuando los estados, como en el caso de España, dejan hacer y miran para otra parte, están cortocircuitando realmente las potencialidades de la cultura y la comunicación, no sólo local, también minoritaria, también vanguardista, también renovadora, también en lenguas o culturas, gustos o preferencias, minoritarios. López (2003: 143).

La falta de regulación lejos de pensar que podría beneficiar a posibles protagonistas e inversores en el área, sirvió de freno al desarrollo. Pues a la larga constituyeron una minoría quienes se arriesgaron a perder el capital

frente a un potencial cierre o precintado del gobierno, basados en las ansias de defender los derechos de libertad de expresión y libertad de empresa consagrados en la Constitución Española. Cáceres y Casillas (1995: 581).

La situación de la Televisión Local en sus primeros años era caótica y antojadiza, mientras la administración procedía a sancionar a las emisoras ante la ausencia de licencias que legitimaran la emisión. Los empresarios y administraciones locales afectadas apelaban a una laguna legal que estaba justificada en la ausencia de una normativa, que no podía ser subsanada con la aplicación de otra normativa que no estaba pensada para ellas, sino para la televisión de cobertura nacional. Rozados (2001:72).

Dicha situación llevó a que las diferentes asociaciones (que agrupaban a los operadores de televisión local y municipios) que se habían atrevido a mantener sus emisoras en ese ambiente inestable, presionaran a las fuerzas políticas con la intención de crear un texto legal que abalara jurídicamente la inusual situación en la que se encontraban. Esta lucha encabezada por la Asociación de Televisiones Locales, ATEL, creada tras el primer encuentro nacional de televisiones locales celebrado en Sabadell en 1990. Farías y Multigner. (1995:102).

A la prisa y a punto de terminar un período gubernamental, situación que marcaría la mayoría de las iniciativas legales que rigen a la Televisión Local española, a principios de 1995 llega al Parlamento un Proyecto de Ley que norma las televisiones locales por ondas terrestres. Proyecto que pasa la prueba, tras algunas enmiendas y consideraciones presentadas por el Partido Popular y la Coalición Canaria referidas principalmente al ámbito de cobertura, número de concesiones y la prohibición de emitir publicidad en el peak de audiencia, es decir entre las 20 y 24 horas.

Dicha iniciativa es finalmente aprobada apelando a la falta de una

figura legal que regulase la naturaleza de dichas televisoras y promulgada como Ley el 22 de diciembre de 1995, en lo que popularmente se conoce como la Ley de Televisión Local por Ondas Terrestres, LTLOT. Constituyendo de esta manera, un régimen transitorio donde al cabo de ocho meses aquellas emisoras, sean municipios o personas naturales, privadas o jurídicas, que se encontrasen operando con anterioridad al 01 de enero de 1995, debían obtener una concesión por concurso.

Sin embargo, el texto regulatorio a todas luces seguía mostrando la estrecha vinculación de la televisión con el poder político y el gran interés que las distintas administraciones muestran por continuar utilizando propagandísticamente los medios de comunicación. López (2005:60).

Especialmente pues las distintas administraciones siguen estando presentes en momentos de decisión claves, al considerarse la Televisión Local como un servicio público y avalando así el intervencionismo en la actividad privada. Tanto así, que en el artículo 9 de la citada Ley, sólo se garantiza la participación privada en el sector una vez que se haya agotado el interés del gobierno local en él y trasladando la decisión última de otorgar las concesiones a la administración autonómica y estatal.

“Los municipios, dentro del plazo que a tal efecto señalen las Comunidades Autónomas, podrán acordar la gestión por sí del servicio de televisión local por ondas terrestres. En este caso, las comunidades Autónomas, de conformidad con lo previsto en el artículo 4, podrán determinar el otorgamiento de una segunda concesión, y en el supuesto de que en el citado plazo los Municipios no acuerden gestionar por sí el servicio, las comunidades Autónomas podrán determinar que aquél sea prestado por personas naturales o jurídicas”.(artículo 9).

Todo ello demuestra el interés del gobierno por mantener el control del sector, entendiendo la importancia de la televisión, como mecanismo de

influencia y amparado por un lado en el aspecto técnico determinado por la administración del espectro como un bien escaso, pero también amparado por la vigilancia que debe ejercer sobre un medio de comunicación social. Dicha situación, un par de años después, intentaría ser subsanada por el gobierno siguiente, buscando la participación de agentes privados en el mundo de la televisión local.

Promesas electorales: El primer intento de modificación

El Partido Popular antes de la aprobación por parte del Parlamento de la LTLOT en 1995 había anunciado su desacuerdo con la clasificación de la Televisión Local como servicio público, en una afán de liberalizar y dar cabida a la iniciativa privada en ese sector, dando a entender que de acceder al poder rectificaría o cambiaría la Ley. Dicho y hecho, en 1997 a un año de haber asumido José María Aznar la presidencia del gobierno español y por medio de un Proyecto de Ley busca diseñar un nuevo modelo que liberalice los servicios de televisión en España, dando pie y entrada a la iniciativa privada.

Entre los aspectos que contenía la iniciativa de Ley destacan la desaparición del carácter de servicio público de la televisión local por ondas terrestres; como también la desaparición de un número máximo de emisoras en el mismo ámbito de cobertura, de manera que la única limitación al número de autorizaciones estaría dada por la disponibilidad de espectro radioeléctrico. Por otro lado, el proyecto impedía un financiamiento mixto por parte de los canales de televisión local administrados por los municipios, es decir o eran subvencionados o se financiaban por la publicidad, pero no ambos a la vez. Rozados (2001:80).

Sin embargo, la iniciativa del PP encontró barreras importantes, especialmente en lo concerniente a quitar el carácter de servicio público a

la Televisión Local, como también en la financiación de las emisoras locales.

Lo cierto es que la preocupación del Ejecutivo durante la legislatura anterior se centró en rematar los aspectos problemáticos de la definitiva implantación de las redes de telecomunicaciones por cable, así como del control y regulación de la incipiente televisión digital. Ambos sectores donde las cifras de negocio y, lo que es más importante, la concentración de poder mediático, acaparan mayor importancia que el fenómeno televisivo exclusivamente local. Rozados. (2001: 81).

Finalmente y antes las presiones el proyecto se retira a sólo meses de ser presentado y el sector sólo será modificado por decretos basados en el derecho autonómico ejercido por las Comunidades Autónomas de Cataluña (octubre de 1996); Navarra (septiembre de 1996); Castilla La Mancha (marzo 2000) y Andalucía en dos ocasiones (Noviembre del 2000 y febrero 2001). Disposiciones legales que buscan regular más detalladamente y de acuerdo al Consejo de dicha comunidad, cuestiones como el número de emisoras, la ampliación de cobertura cuando se supere el núcleo principal de población de un municipio o bien el detalle del procedimiento y obligaciones a la hora de optar por una concesión, como también el levantar la prohibición de transmitir en redes de televisión local.¹¹

¹¹ Para mayor información consultar decretos 320/1996, del 1 de octubre, de la Generalitat; Decreto Foral 313/1996, de 9 de septiembre; Decreto 54 /2000, de 21 de marzo; Decreto 414/2000, de 7 de noviembre y Decreto 27/2001, de 13 de febrero y otros decretos de las comunidades autónomas posteriores al 2001 que se relacionan con la cobertura y concesión de tv local en sus territorios.

El preámbulo de la “Ley digital”

El caso de la televisión local española es bastante particular. Durante todo su desarrollo ha sido entendida como un medio de comunicación social que debe estar regulado por normativas especiales y no comunes a todos los medios audiovisuales, incluidas las televisiones. Lamentablemente la mayoría de las intervenciones del Ejecutivo para normar el mundo de la televisión local obedecían o a promesas electorales o bien a una presión de sectores públicos y privados que tenían intereses en dicho sistema.

A finales del siglo XX el sistema televisivo español que compartía el radioespectro eléctrico estaba conformado por distintos protagonistas. Por un lado la televisión pública y sus distintas emisoras de cobertura nacional, por otro y compartiendo cobertura las televisoras privadas. En la lucha de la audiencia, se sumaban las televisoras de las Comunidades Autónomas y por último, muy a desmedro de las anteriores, aparecían las televisoras locales.

En un mismo territorio comarcal era muy común que la oferta programática para los usuarios superara las seis estaciones de televisión, sumando las televisoras descritas en el párrafo anterior. La brecha entre la tv nacional y la local era enorme. La diferencia de recursos se presentaba casi insostenible la operación de las televisoras locales frente a productos mucho más competitivos como las series internacionales, eventos deportivos y la ficción. Los canales locales seguían al aire amparados en la importancia y proximidad de las noticias e identidad local de su programación, dos elementos que son el oxígeno de las televisiones locales en la lucha constante por la audiencia. Sin contar en ella, a las televisiones satelitales y de cable que se llevan una importante cuota de audiencia. Así la torta publicitaria de la televisión española está cada vez compartida por más comensales, eso hace que las grandes cadenas y grupos busquen

nuevas áreas de expansión y una de ellas es la televisión local. Existen investigadores como Francisco López Cantos que auguran que esta multiplicidad de ofertas beneficiará a la Televisión Local, pues la programación de los grandes grupos tiende a la homogenización, por lo tanto la programación de las estaciones locales podría adquirir mayor visibilidad, amparada en sus productos diferentes y cercanos al ciudadano. López (2005: 80).

Pero no todas son buenas nuevas, la vorágine televisiva es una de las principales amenazas para la Televisión Local, ya que se ha convertido en uno de los pocos campos de expansión que quedaba libre para los grupos y cadenas televisivas. La Televisión Local se convierte es un buen nicho de mercado y la publicidad puede estar mucho más dirigida, lo que en la gran diversidad existente será un valor agregado que podría atraer publicidad

En consecuencia, lo que venía pareciendo una alternativa ciudadana basada en la cercanía al entorno social inmediato, se ha convertido en un elemento estratégico que, como apunta esta traslación terminológica de corte mercantil-militar, forma parte de una lógica industrial en la que el valor añadido de la proximidad se convierte en un potencial recurso comunicativo para explotar nichos de mercado. López (2005:87).

De ahí que las televisiones locales se transformen en interesantes oportunidades de negocio, que obtienen rentabilidad llegando al cliente, con estrategias de proximidad. Así surgen grupos empresariales que concentran un importante número de televisoras locales, como *Prisa* que en el 2001 tenía 57 emisoras y *Pretesa* que en el 2002 llegaba a 65 televisoras locales. También destaca el *Canal 47* con 43 emisoras o el grupo *Correo* con 66 estaciones locales.

Es en este marco de desarrollo y competencia cuando el gobierno, un día antes de la llegada del 2003, el 30 de diciembre del 2002 promulga la

Ley 53 de Medidas Administrativas, Fiscales y de Orden Social, que en su artículo 109 modifica nada menos que el objeto de la televisión local incluido en el artículo 1 de la *Ley de Televisión Local por Ondas Terrestres* que regía desde 1995 y que definía lo que era una estación de televisión local. Desde el 2003 la televisión local será entendida como:

Aquella modalidad de televisión consistente en la emisión o transmisión, con tecnología digital, de imágenes no permanentes dirigidas al público sin contraprestación económica directa por medio de ondas electromagnéticas propagadas por una estación transmisora terrenal en el ámbito territorial señalado en el artículo 3 de esta Ley.¹²

Esta modificación provoca una auténtica mutación legal en la televisión local. Las emisoras se transforman de local a digital, erigiendo a este sector, de forma sorprendente, en la presunta locomotora de la televisión digital terrestre. Vivar (2006:119).

Un peso que a todas luces aparece como demasiado grande para un tipo de televisión que durante diez años permaneció en el más absoluto limbo legal, situación que además de mermar su desarrollo en comparación con otro tipo de emisoras, también significó un nulo financiamiento.

Así también, se modificaba el artículo 3 de la antigua normativa, garantizando el derecho equitativo de las Comunidades Autónomas a acceder al espectro radioeléctrico de acuerdo a las solicitudes de ellas en el marco del Plan Técnico Nacional de Televisión Local Digital.

Agregando en otro inciso que:

El plan reservará canales múltiples, con capacidad para la difusión de, al menos, cuatro programas de televisión digital para atender las necesidades de cada una de las capitales de provincia y autonómicas, y de cada uno de los municipios con una

¹² Ley 53/2002 de Medidas Administrativas, Fiscales y de Orden Social.

población de derecho superior a 100.000 habitantes si la capacidad del espectro lo permite.¹³

La normativa incluye por lo demás la capacidad de las Comunidades Autónomas de solicitar coberturas para:

Municipios de menor población, siempre que existan frecuencias disponibles, el Plan podrá reservar canales múltiples para atender conjuntamente las necesidades de varios municipios colindantes cuya población de derecho total sea superior a 25.000 habitantes o cuya cobertura incluya a todos los municipios en un radio de, al menos, 25 kilómetros.¹⁴

Analizando al pie de la letra las modificaciones incluidas en la nueva Ley, las televisiones locales que quieran ser consideradas como tales a partir del 2003 deberán transmitir en digital o simplemente salir del aire lo que es igual a dejar de existir, pues no les queda otra posibilidad si quieren emitir bajo el amparo de la Ley. Así también se le otorga a las Comunidades Autónomas la posibilidad de contar con un mínimo de cuatro canales y la posibilidad de solicitar concesión a aquellos municipios con una población superior a 25 mil habitantes, por lo que todos aquellos municipios con una población inferior, necesariamente deberán asociarse con otros colindantes para así poder optar a tener un canal local.

Pero quizás una de las modificaciones que afecta más el futuro de la televisión local española, es la modificación del apartado 4 del artículo de la Ley de 1995, que queda redactado de la manera siguiente:

El control de la formación de cadenas y emisión en cadena en las televisiones locales por ondas terrestres corresponde a las Comunidades Autónomas, salvo en el supuesto de que la formación de cadenas o la emisión en cadena se realice en el

¹³ Ley 53/2002 de Medidas Administrativas, Fiscales y de Orden Social.

¹⁴ Ley 53/2002 de Medidas Administrativas, Fiscales y de Orden Social.

territorio o en localidades de más de una Comunidad Autónoma, en cuyo caso el control corresponderá a la Administración General del Estado.

Agregando en el apartado 5 que:

La Comunidad Autónoma competente y, en el supuesto de que se realice en el o en localidades de más de una Comunidad Autónoma, la Administración General del Estado podrá autorizar, previa conformidad de los plenos de los municipios afectados, y a solicitud de los gestores del servicio, emisiones en cadena en atención a características de proximidad territorial y de identidades sociales y culturales de dichos municipios.

Con esta modificación no sólo se está permitiendo la presencia de cadenas y redes de televisión locales, sino que su aprobación ya no sólo será mérito propio de las Comunidades Autónomas, sino más bien de la Administración General del Estado, pues es lógico pensar que la emisión en cadena en casi la totalidad de los casos superará el territorio de una sola Comunidad Autónoma.

Leyes generales que afectan a la Televisión Local

La Ley 62/2003, de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y de Orden Social impone determinadas obligaciones de emisión que afectan directamente a las estaciones de televisión local. En uno de sus apartados, específicamente en la disposición adicional trigésima, se establece que los titulares de concesiones para la prestación del servicio público de televisión de ámbito local estarán obligados a emitir programas televisivos originales durante un mínimo de 4 horas diarias y 32 semanales, debiendo cuatro de esas horas estar comprendidas necesariamente entre las 13 y las 16 horas y entre las 20 y las 23 horas. Debiendo dichos contenidos estar relacionados con el ámbito territorial de cobertura del servicio de difusión para el que tengan atribuida la licencia; esta misma disposición permite a los operadores de televisión digital local la emisión en cadena durante un máximo de 5 horas al día y 25 semanales.¹⁵

Por otra parte, la disposición adicional trigésima primera establece que los adjudicatarios de concesiones para la prestación del servicio público de TDT sujetos a la Ley 41/1995 podrán utilizar tecnología analógica para la difusión de sus emisiones durante dos años a contar desde el 1 de enero de 2004, lo que se traduce en que deberán cesar sus emisiones analógicas el 01 de enero del 2006, plazo que como veremos más adelante es bastante irreal lo que lleva a una posterior modificación. Situación que estaba avalada por esta misma Ley, ya que facultaba al gobierno a modificar los plazos, según el grado de desarrollo y penetración de la TDT en España.

¹⁵ Extraído el 10 de marzo de 2010 de : www.impulsatdt.es

La Ley Digital española

Será un año después y bajo el gobierno del Partido Socialista Español (PSOE) que nace el Real Decreto 439/2004, de 12 de marzo, por el que se aprueba el esperado Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Local que establecerá el ámbito de cobertura de cada canal múltiple, permitiendo hasta dos canales múltiples por Comunidad Autónoma que será utilizado exclusivamente por estaciones de televisión digital terrenal de cobertura local y determinando que cada múltiple tendrá capacidad para la difusión, de al menos, cuatro canales de televisión. Vivar (2006:135).

Tras la aprobación del Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Local, algunas Comunidades Autónomas presentaron al gobierno la necesidad de realizar algunas modificaciones, especialmente en lo relacionado con las demarcaciones y límites establecidos en dicho plan y que determinaban la prestación del servicio de televisión local. Entre las peticiones al gobierno y tomando en cuenta la disposición de espectro, destacaba la necesidad de disponer de múltiples adicionales en algunas demarcaciones o incluso de nuevas demarcaciones con sus correspondientes múltiples. A lo que se sumaban consideraciones en relación con el escaso tiempo de transición analógico digital para las concesiones locales. Consideraciones que finalmente fueron tomadas en cuenta y se vieron representadas en el Real Decreto 2268/2004, de 3 de diciembre que viene a modificar el decreto anterior aprobado el 12 de marzo del mismo año.

Así entonces, se hacen ajustes en las demarcaciones de cobertura y con ello se posibilita la participación de canales locales adicionales, dando un respiro a los canales locales analógicos, pues se amplía en dos años la posibilidad de utilizar tecnología analógica a los concesionarios de televisión local. Es decir aquellas estaciones locales que habían estado transmitiendo en analógico cuando entró en derecho la Ley de 1995 y que

según la disposición transitoria debían transformar su señal a digital en un plazo no superior al 01 de enero del 2006, ahora podrán hacerlo como máximo al 01 de enero del 2008. Situación que aún no se cumple del todo, debido principalmente al escaso control del Estado y a las elecciones presidenciales que se avecinan y que a larga, como ha ocurrido anteriormente, podría cambiar el escenario una vez más.

Faltaría un cambio más a sugerencia de las Comunidades Autónomas, ya sea por el número de municipios incluidos en su territorio o bien por el número de habitantes, se busca flexibilizar el artículo 9 de la Ley de Televisión Local por Ondas Terrestres del año 1995 y que tiene relación con el número de programas de canal múltiple que puede disponer cada Comunidad Autónoma (hasta ese entonces uno solo). La oportunidad para hacerlo es la Ley 10/2005 del 14 de junio, de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre, de la Liberalización de la Televisión por Cable y de Fomento del Pluralismo. En dicha Ley y más específicamente en su artículo Tercero se establece que las Comunidades Autónomas, amparadas en los factores descritos anteriormente, podrán excepcionalmente aumentar a dos el número de programas gestionados directamente por los ayuntamientos.

Además

Aquellas corporaciones locales que inicialmente no hubieran acordado la gestión directa de programas de televisión digital local podrán, mediante acuerdo adoptado por el pleno de su corporación municipal, solicitar su incorporación a la televisión digital local de gestión directa que le corresponda en su demarcación. La incorporación así como las condiciones de la misma, que deberán haber sido acordadas con el resto de corporaciones presentes en la gestión de ese programa, deberán ser autorizadas de forma previa por la Comunidad Autónoma correspondiente.¹⁶

¹⁶ Ley 10/2005 del 14 de junio, de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre, de la Liberalización de la Televisión por Cable y de Fomento del Pluralismo.

También en la nueva Ley se extiende la concesión de televisión local de los cinco años actuales a diez años, equiparando así la situación con las televisiones privadas de ámbito nacional y también al período de concesión de las estaciones autonómicas. Ello permitirá un plazo más aceptable para que empresarios se atrevan a invertir con la posibilidad de recuperar la inversión y así optimizar los recursos técnicos y humanos.

Una de las últimas modificaciones al marco de desarrollo de la TDT fue la Disposición final primera del Real Decreto 944/2005, de 29 de julio, por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrestre, pues introduce nuevos múltiples digitales de carácter insular: tres en la comunidad autónoma de las Illes Balears y siete en la de Canarias, elevando a 291 el número total de demarcaciones de televisión digital local.

¹⁷

El 28 de diciembre aparece la Ley 56/2007 que garantiza a las televisoras de “proximidad” que emitiesen antes de la LTLOT de 1995 la oportunidad de seguir emitiendo si existe espacio en el espectro

¹⁷ Extraído el 11 de marzo de 2010 de: www.impulsatdt.es

Ley 56/2007: la última ventana

Anticipándose al fracaso en los plazos que actualmente regulan a la televisión local en su transición analógico-digital, el 28 de diciembre del 2007 aparece la *Ley de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información* que en su disposición adicional Decimoctava se refiere a la Televisión de Proximidad sin ánimo de lucro. En ella se establece que el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, a través de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones planificará frecuencias para la gestión indirecta del servicio de televisión local de proximidad por parte de entidades sin ánimo de lucro que se encontraran habilitadas para emitir al amparo de la Disposición Transitoria Primera de la *Ley 41/1995 de Televisión Local por Ondas Terrestres*, siempre que se disponga de frecuencias para ello.

La Ley también clarifica que entenderá por televisiones de proximidad a aquellas sin finalidad comercial que utilizan frecuencias que no están disponibles para televisión comercial y que están dirigidas a comunidades en razón de un interés cultural, educativo, étnico o social.

Además establece que:

El canal de televisión difundido lo será siempre en abierto. Su programación consistirá en contenidos originales vinculados con la zona y comunidad a la que vayan dirigidos y no podrá incluir publicidad ni televenta, si bien se admitirá el patrocinio de sus programas.¹⁸

Así también indica que la entidad responsable del servicio de televisión local de proximidad no podrá ser titular directa o indirectamente

¹⁸ Ley 56/2007

de ninguna concesión de televisión de cualquier cobertura otorgada por la Administración que corresponda.

En su punto 2 indica que es el Gobierno el encargado de aprobar el reglamento general de prestación del servicio, atendiendo a las necesidades de cobertura, población y características de este servicio. Por otro lado, establece las condiciones técnicas que deberán reunir las frecuencias y también el procedimiento por el que las Comunidades Autónomas solicitarán la reserva de frecuencias para dicho servicio de televisión de proximidad e incluso el procedimiento de asignación por parte de la Agencia Estatal de Radiocomunicaciones. Ello con la finalidad de transparentar el concurso de licitaciones que tanta polémica ha causado entre los interesados.

Entre otras cuestiones técnicas, la Ley destaca que las concesiones serán por cinco años, renovables en tres ocasiones, siempre y cuando no perjudique la recepción de servicios legalmente habilitados que coincidan con la zona de cobertura.

Esta nueva normativa abre una ventana importante para aquellas televisoras locales que se encontraban operativas antes del 22 de diciembre de 1995 y que el pasado 01 de enero del 2008 no apagaron sus transmisiones analógicas como lo indicaba la Ley de TDT Local. Por tanto, la situación de las televisoras locales que cumplen con los requisitos de proximidad antes descritos deberá esperar una nueva convocatoria a concurso. Ello cambia nuevamente el escenario, pues las televisoras que cumplen con la normativa pasan de un estado de ilegales a un nuevo limbo regulatorio, pero esta vez con un horizonte más claro, por lo menos en el papel, dadas las garantías prometidas por el Gobierno a la hora de otorgar las concesiones.

Como se puede ver a la lectura de esta investigación, el nacimiento de las leyes que rigen el desarrollo de la Televisión Local española es una suerte de ensayo error que poco o nada contribuye al ordenamiento del sistema. Parece no importar que una determinada Ley no sea la más indicada, pues después aparece un Decreto que lo arregla todo.

En el ámbito de la tecnología y la industria cultural los cambios tecnológicos muchas veces modifican rápida e inesperadamente el escenario de desarrollo para los protagonistas de la industria. Sin embargo, siempre existe la posibilidad de prever la evolución del sistema de televisión y así anticiparse a futuras contingencias a través de un correspondiente marco legal. Da la impresión de que se necesita un estudio más acabado y profundo del sistema audiovisual español por parte de las autoridades encargadas de dar el impulso inicial a la legislatura, para que de esta manera no se improvise en materia legal y así las normas del juego, como sus protagonistas estén absolutamente claros antes de comenzar a operar.

La esperada Ley General del Audiovisual

Ya en el preámbulo del texto legal que da origen a la Ley General del Audiovisual promulgada el 16 de marzo del 2010 por el Senado español, se reconoce que la normativa que ha regulado el mercado e industria audiovisual por décadas es una *“legislación dispersa, incompleta, a veces desfasada y obsoleta, con grandes carencias para adaptarse a los tiempos y, por tanto, permanentemente sometida a cambios frecuentes vía decreto o subsumida en otras leyes de temática diversa”*.

Desde esa perspectiva la Ley General del Audiovisual es concebida en su origen como aquella normativa encargada de reunir a las diferentes normativas que regulan la industria, actualizar aquellas situaciones y

realidades que han sufrido transformaciones en el tiempo y fundamentalmente regular aquellos aspectos que por años han permanecido en una situación de ilegalidad. La Ley General del Audiovisual en forma concreta deroga 12 leyes y parcialmente otras cinco, que habían regulado ineficazmente a la industria.

Tomando en cuenta dicha fundamentación se entiende la ansiedad con que el mundo audiovisual español esperó por casi 20 años la promulgación de esta normativa, entendiéndola como aquella Ley que vendrá a “ordenar la casa”, con una supuesta legislación dinámica, abierta al cambio y susceptible a adaptarse a factores tecnológicos que continuamente afectan a la industria. De hecho, se supone que será esta la normativa que dará seguridad jurídica a la industria, otorgando la posibilidad de que grupos españoles compitan a la par de otros grupos europeos, abriendo nuevas oportunidades de negocio, esta vez reguladas, con la inclusión de la televisión digital terrestre de pago, alta definición y televisión móvil, pero siempre resguardando el pluralismo y derechos de quienes son fundamentales para que la industria exista: los ciudadanos usuarios.

Pero esta supra Ley no sólo regula el mundo privado relacionado con la industria, también vela por que aquellos servicios públicos encargados de prestar servicios de radio, televisión o servicios interactivos en España basen su accionar en los principios y acuerdos y recomendaciones comunitarias sobre financiación pública y que son compatibles con el Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea, que incluye un control independiente y la garantía y respeto de los derechos ciudadanos. Visto así, esta Ley dedica un espacio importante a los derechos de los ciudadanos, de hecho todo lo que tienen que ver con la regulación de los servicios públicos de radio y televisión están considerados en el Título IV del Capítulo II de la normativa, mientras que el título II del Capítulo I de la Ley está dedicado íntegramente a la garantía de los derechos ciudadanos

a recibir comunicación audiovisual en condiciones de pluralismo cultural y lingüístico, protegiendo de esta manera las obras europeas y españolas, pero además da plena garantía para que los ciudadanos exijan que los contenidos audiovisuales recibidos sean acordes con el ordenamiento constitucional vigente en España. Todo ello, en busca de contribuir a una sociedad más incluyente, donde se respeten los derechos de menores, personas con discapacidad y especialmente de mujeres y hombres en igualdad de género, amparados por la Ley Orgánica del 28 de diciembre del 2004 relativa a las medidas de protección integral contra la violencia de género y la Ley Orgánica del 22 de marzo del 2007 que busca la igualdad efectiva entre hombres y mujeres.

Por otro lado, la Ley General del Audiovisual en su Capítulo II, establece los derechos de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual en cuanto a seleccionar sus contenidos y línea editorial en libertad, la que se entiende como absoluta en el caso de los contenidos electrónicos. El Título II también se encarga de regular el contenido y tiempo de publicidad, con la intención de proteger los derechos del consumidor frente a una excesiva exposición a mensajes publicitarios. Un espacio aparte dentro del Título II está dedicado a la exclusividad versus el derecho de información de los ciudadanos, entendiendo éste último como prioritario frente a los límites de la exclusividad en acontecimientos de interés general.

La Ley General del Audiovisual también regula la libertad de empresa, garantizando eso sí, que al menos un 50 por ciento de los canales emitidos por cada titular de licencia sean libres de pago o en abierto. Otro aspecto importante de la normativa está incluido en el Título III donde se profundiza en las nuevas formas de comunicación audiovisual, como es la interactividad, la televisión móvil y la televisión de Alta Definición. Precisamente es en el Título III donde también se exponen aquellos aspectos que tienen que ver con las políticas antimonopolios

comunicacionales, reconociendo el derecho a tener varias participaciones en servicios estatales de comunicación, siempre y cuando estos no acumulen más del 27 por ciento de audiencia o también en los casos en que un mismo titular participe en la propiedad de prestadores de servicios de comunicación audiovisual que acumulen más de dos multiplex, es decir ocho canales.

Son los Títulos V y VI de la normativa quizás de los más esperados por la industria audiovisual española. El Título V del Capítulo II da cuenta de la creación del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales, CEMA, entendido como el ente regulador con poder sancionador que ejercerá sus competencias en forma independiente del poder económico y político.

Hasta la promulgación de esta Ley, *“España era el único país de la Unión Europea que carecía de una institución destinada a velar por el cumplimiento de las normas sobre los contenidos televisivos, la publicidad, los límites a la adquisición de derechos deportivos o las obligatorias inversiones en cine. Esta autoridad se ha inspirado en el Consejo General de lo Audiovisual francés y estará adscrito al ministerio de la Presidencia. El Gobierno ha optado por un consejo independiente, rechazando otras fórmulas, como Ofcom, el regulador de la televisión británica que también tiene competencias sobre el sector de las telecomunicaciones. Este modelo convergente ha sido el defendido por el PP, que durante la tramitación de la ley proponía que el consejo audiovisual fuera una pata de la Comisión Nacional del Mercado de las Telecomunicaciones”*. (El País.18-03-2010)

Será conformado por la presidencia del consejo, la vicepresidencia y siete consejerías cuyos titulares serán nombrados por el gobierno a propuesta del Congreso de los Diputados por mayoría de tres quintos entre personas de reconocida competencia en materias relacionadas con el sector audiovisual, las que durarán seis años en el cargo no renovables.

El CEMA tiene una serie de atribuciones, entre las principales destacan el velar por el cumplimiento de la Ley General del Audiovisual; recibir la comunicación del inicio de actividades de prestadores de servicios de comunicación audiovisual; informar de las condiciones y requerimientos para el otorgamiento de licencias, como también informar de las ofertas recibidas. En este punto el CEMA es competente para renovar licencias o declararlas extinguidas según el régimen establecido en la Ley. El CEMA también debe velar por la no concentración de medios de comunicación y por la existencia de un mercado audiovisual competitivo, transparente y plural. También debe actuar como árbitro en aquellos litigios relacionado con la industria y ejercer las competencias que la Ley le otorga como ente sancionador, disposiciones todas que están contenidas en el Título VI de la Ley. Entre las atribuciones principales están el poder sancionador a través de inspecciones donde el personal del CEMA tiene calidad de autoridad pública, pudiendo requerir el cese de aquellas prácticas que contravengan la ley. Las sanciones van desde multas en dinero hasta la revocación de la licencia.

Dentro de las críticas más profundas a la Ley General del Audiovisual están aquellas que apuntan a la naturaleza de la normativa, específicamente al objeto general de la Ley, que es *“regular la comunicación audiovisual de cobertura estatal, estableciendo las normas básicas en materia audiovisual, sin perjuicio de las competencias reservadas a las comunidades autónomas y a los entes locales en sus respectivos ámbitos”*, olvidándose de regular en forma particular y no general la evolución y funcionamiento de aquellos medios locales y regionales que son vitales para el desarrollo de la identidad cultural de toda una comunidad. De hecho, el último informe de la Fundación Alternativas sobre la democracia en España, publicado en Madrid a mediados del 2010, incluye el artículo *"La comunicación en las Comunidades Autónomas: Un déficit democrático fuerte"* del académico Enrique Bustamante. En él el

catedrático hace una fuerte reflexión en torno a la actual situación de la televisión local y autonómica española, después de la promulgación de la Ley General del Audiovisual. Manifestando que la radio y televisión autonómica del siglo XXI se ha mantenido generalmente inerte ante la serie de reformas que afectaban a la industria audiovisual de cobertura estatal. Según Bustamante, sólo el título IV de la Ley General del Audiovisual sobre el servicio público, prevé una mayor precisión en la definición de servicio, remitiéndose a las comunidades autónomas para que determinen normativamente el sistema de financiación de su servicio público de comunicación audiovisual, con tal que no atente con la regulación existente sobre competencia de medios.

Esta situación se ha tornado aún más peligrosa, según Bustamante, con la ampliación de la responsabilidad de las concesiones privadas al ámbito de la televisión regional y local. Surgiendo *“una nueva figura en el panorama español, cuya estructura depende de la voluntad de los gobiernos regionales”*. Una realidad que a todas luces aparece como poco clara en su transparencia con un final caótico no difícil de imaginar. “Porque las concesiones autonómicas privadas ya decididas no aparecen en la web del Ministerio de Industria (SETSI), ni en la de Impulsa TDT, y sólo en contados casos en el registro de la CMT (Anuario 2008, Anexos). Pero cuando se busca el estado de las concesiones en los “contenidos autonómicos” o en los informes de Impulsa, se comprueba – sin nombres de empresas- que la mayoría están adjudicadas pero sin emisión, o están todavía en proceso de concesión. (Bustamante.2010)

En lo que respecta a los concursos y concesiones de televisión local digital, el panorama es mucho más complejo por su número, según Bustamante, pues se están dando una serie de irregularidades dentro de los concursos y en ellas se incluyen a la televisión municipal, donde incluso para los interesados en emitir se han exigido fianzas y pagos posteriores cuantiosos, como en el caso de Madrid y el medio millón de euros exigido a

los interesados.

A esta realidad hay que sumar la total recomposición del mapa de la televisión local, con la incorporación de las “demarcaciones locales” que surgen de la necesidad de que las televisiones locales españolas fuesen la locomotora que diera el impulso final a la TDT. Olvidándose de que al basar la demarcación sólo en una cobertura técnica, ésta incluirá a varios municipios, dejando por tanto las concesiones en manos de las Comunidades Autónomas y no de los municipios en forma individual.

Como consecuencia de lo anterior, grupos multimédias nacionales, regionales y locales se mueven en un escenario donde los beneficios y la competencia son decididos por el poder político de turno y no por el mercado. Ahora las televisoras locales dependen de ayudas y favores publicitarios que provienen de un determinado sector y van sólo hacia medios de ese sector. Un ambiente, que según el catedrático Enrique Bustamante, también se ha extendido a la externalización de servicios audiovisuales, fomentando el surgimiento de lo que él denomina “productoras girasol”, que se orientan en función de los amigos políticos presentes en cada comunidad.

En ello no colabora en nada la estructura centralista presente en España, que atenta contra la subsistencia de la televisión local y creando una realidad televisiva donde abundan las televisoras ventanas, propiedad de grandes grupos económicos y con muy poco contenido local, en desmedro de las televisoras espejos, las verdaderas televisoras de proximidad.

2.1.5. Estados Unidos: Un modelo “americano”

Hablar de televisión en Estados Unidos necesariamente implica remitirse a los orígenes del aparato denominado televisor. Historia que comienza en Estados Unidos e Inglaterra, países donde se crean algunos de los primeros aparatos receptores. Específicamente en EE.UU. ya en los años 20 se establecen los primeros fundamentos de la televisión electrónica, con investigaciones lideradas por Philo T. Farnsworth y el inmigrante ruso Vladimir Zworykin, pero la Segunda Guerra Mundial retrasó su puesta en marcha. Finalmente es en el año 1939, específicamente en la feria mundial de Nueva York, cuando se emite por primera vez una demostración pública de una emisión de televisión en 411 líneas de resolución.

En el año 1941 la Agencia Federal de Control de las Comunicaciones Electrónicas, FCC, aceptó las normas de transmisión impuestas por la National Television Systems Committee, NTSC, pero nuevamente la Segunda Guerra y particularmente la intromisión de Estados Unidos en ella interrumpe el desarrollo de la televisión. Terminada la guerra, en 1947, y tras la presión de RCA (fabricante de receptores) se da un impulso a la televisión ubicándola en la banda VHF con 12 canales generalistas.

La televisión en Estados Unidos despegó en 1948. El número de emisoras pasó de 17 en ocho ciudades a 48 medios en 23 ciudades. Gracias a la prosperidad de la posguerra, los usuarios tenían los recursos para comprar televisores y la publicidad abundaba. Las ventas de receptores aumentaron en un 500 % y el número de usuarios en 4000 %. Una red de cables y de repetidores hertzianos enlazó Boston, Nueva York y Washington. Sin embargo, ante el temor de problemas técnicos, la FCC dejó de distribuir licencias. Esta congelación duró cuatro años (1948-1952). Pero ya funcionaban más de 100 emisoras. La red de transmisiones alcanzó la costa oeste en 1951. Las tres quintas partes de la población

tenían a su alcance un emisor. El número de receptores había pasado de un millón en 1949 a 10 millones en 1951, los que aumentarían a 21 millones de receptores en 1953. Bertrand (1992: 25).

En 1953 la *FCC* había adoptado el sistema para transmitir televisión en color y en 1966 las transmisiones nocturnas de las grandes cadenas de EE.UU. se emitían en color.

En relación a la publicidad hubo un cambio importante que afectó a todo el sistema televisivo después de la década del 50. Un escándalo en un programa de concurso, originado por las manipulaciones de un patrocinador, desató una serie de cambios. Esta experiencia mostró los peligros de permitir a los patrocinadores y las agencias de publicidad tener el control sobre el abastecimiento de la programación. Así mismo, otros factores como la invención del video en la década del sesenta, animaron a las redes a producir su propia programación. Desde esa fecha el sistema del patrocinio fue reemplazado por un sistema de medición de audiencias llamado rating. Nace así el modelo comercial de la televisión de los EE.UU. basado en el principio de la emisora como productora de su propia programación o más frecuentemente como compradora de programación a productores independientes. El tiempo por publicidad se comenzó a vender como spots por medio de agencias, lo que afectó directamente los contenidos, pues los programas comenzaron a realizarse en función del tamaño y tipo de audiencia para atraer a los anunciantes. Sinclair (2000:35).

La televisión hertziana en Estados Unidos se divide en tres grandes grupos: la comercial, la pública y la independiente. Dentro de la primera caben los medios locales y grandes cadenas nacionales que emiten programación y venden espacios publicitarios a las agencias, dentro de estas últimas destacan *CBS*, *NBC* y *ABC*. Es un sistema absolutamente descentralizado que se basa en más de un millar de televisoras locales,

que producen y emiten noticieros de las ciudades donde se sitúan. La naturaleza de estas emisoras va desde las que firman un contrato exclusivo de afiliación con alguna de las grandes cadenas, lo que implica que sólo pueden complementar su programación con el material de una cadena determinada, hasta las que son propiedad y/o son administradas por alguna de las grandes cadenas.

Hay que destacar que para cautelar la presencia de producción local en la parrilla de televisión, el gobierno norteamericano mediante la ley federal limita la cantidad de programación nacional que estaciones locales pueden emitir en sus parrillas diarias. Hasta los años 80 gran parte de las estaciones locales realizaban y producían sus propios shows y programas, pero actualmente muchas de ellas sólo producen programas de noticias locales que se repiten en determinados horarios. Llenando el resto de su parrilla con espectáculos sindicados, o de material producido de forma independiente y vendido a las estaciones individuales de cada mercado local.

Pero si bien la gran cantidad de publicidad presente en los medios locales constituye una poderosa fuente de financiamiento, la necesidad de hacer frente a los costes de los programas y de contratar publicidad de ámbito nacional, condujo de una parte a la estructura de los network y, de otra, a la sindicación para ellas y para las emisoras independientes, con frecuente práctica del “barter”. De manera que, aunque la autonomía formal de muchas emisoras es elevada, su carácter local se reduce muchas veces a los programas informativos. Bustamante (2004:148).

En el caso de la televisión pública, opción minimalista en el modelo norteamericano, ésta tiene su antecesor inmediato en la radio y televisión educativa. La primera estación de esta naturaleza en fundarse fue en 1953 y se trató de *KHUT*, una televisora de la Universidad de Houston. Durante los primeros años la televisión educativa estadounidense recibió apoyo

financiero de la Fundación Ford y también de otras televisoras comerciales como *CBS* que preferían tener fuera de su competencia comercial a la televisión educativa, aún cuando para ello debieran apoyarla económicamente. Sin embargo, durante los 60 era claro que las estaciones educativas necesitaban buscar nuevas formas de producción e intercambio de programas, para subsistir y crear programación atractiva. Finalmente se decidió que lo mejor era que las televisoras contaran con un servicio de producción y otro de distribución e interconexión entre las televisoras. A este último se le llamó Servicio Público de Radiodifusión, naciendo así la televisión pública estadounidense.¹⁹

En términos comparativos, la televisión pública de Estados Unidos permanece en una escala bastante menor al resto del sistema televisivo. Las estaciones públicas operan con escaso presupuesto y gastan mucho menos por hora que otras estaciones de televisión privadas. Además a la televisión pública se le critica su orientación elitista y escasos niveles de audiencia, que en el prime time no supera el 1.7 %, en un contexto donde la cuota máxima la tiene *CBS* con un 7,4 %. Sáez (2008:243).

La televisión pública norteamericana está constituida casi en partes iguales por televisoras pertenecientes a sistemas escolares estatales y municipales; universidades; fundaciones y organizaciones comunitarias. Dentro de sus componentes esenciales destacan las estaciones; los centros de producción de programas, como por ejemplo *Children's Television WorShop* (creadora de plaza sésamo); el servicio Público de Radiodifusión, *PBS*, cuyo objetivo es encadenar a las emisoras y representarlas colectivamente y finalmente la Corporación para la Radiodifusión Pública, *CPB*, cuya misión es administrar los fondos estatales para el apoyo a las radios y televisiones públicas.²⁰

¹⁹ Sánchez, E. (1991). La televisión pública en Estados Unidos, una descripción acrítica. *Revista Comunicación y Sociedad*, p. 41.

²⁰ Ibid.p.42

En cuanto a televisión de proximidad Estados Unidos es uno de los países pioneros en su modelo. El vínculo de desarrollo por este tipo de televisora fue el cable y el modelo el comercial, como consecuencia de ello existen en el país del norte emisoras que realizan una programación específica para su comunidad en función de su capacidad. El resto de la programación, al igual que en la televisión hertziana, son espacios de carácter general que son producidos ya sea mediante la afiliación a cadenas o bien a través de la sindicalización. En el primero de los casos los canales locales pagan una tarifa y compran programación de *ABC*, *CBS* o *NBC*. Y en el modelo de la sindicalización se emiten programas específicos que son emitidos por televisiones que están en el mismo ámbito de competencia.²¹

Existe un tercer sector televisivo que es la televisión independiente, el que está constituido por emisoras locales que no están afiliadas a ninguna de las poderosas cadenas televisivas y que transmiten mayoritariamente por la banda UHF. Ellas emiten sólo programación local o series sindicalizadas, como también antiguos capítulos de series de televisión o películas de décadas pasadas con las que rellenan su parrilla.

Con respecto al telespectador, el ciudadano americano tiene a su alcance centenares de canales de televisión que puede recibir vía hertziana, cable o satélite. El modelo dominante es el de los hogares suscritos al cable, un 65%, por el que pueden recibir un número variable de canales, que incluyen los 4 grandes networks generalistas (*ABC*, *CBS*, *Fox* y *NBC*), las emisoras públicas de la *PBS*, emisoras locales, cadenas de cable de vocación nacional, cadenas especializadas, servicios de Pay Per View (PPV) y VOD. Otro núcleo, que representa el 7% está abonado a algún paquete por satélite de las 4 diferentes ofertas de DBS existentes.

²¹ Manfredi, J. (1995). *La televisión local de Estados Unidos, ¿un modelo a seguir?* Trabajo presentado en la Primera Jornada Televisión Local, Huelva, España.

Completando el panorama de los abonados a algún sistema de distribución multicanal un testimonial 2% cubierto por compañías de *MMDS* (Multichannel Multipoint Distribution Service) o *LMDS* (Local Multipoint Distribution System). Y finalmente un grupo de 26% que sólo accede a la oferta disponible en abierto vía hertziana terrestre, en la que además de los cuatro grandes y las públicas puede acceder a un número variable de independientes, según la zona en que viva.²²

Por causas geográficas, técnicas, históricas, legales, políticas o simplemente por costumbre, los americanos consumen productos audiovisuales distribuidos por instituciones locales, y son numerosos los distribuidores de televisión en la mayor parte de las poblaciones. Por ello, más de la mitad del dinero que la publicidad destina a la televisión va a las emisoras locales y más de la mitad de los usuarios suscriben un abono a la red de cable de su ciudad o barrio, sobre el abanico de programas que dichas emisoras les ofrecen. Dicho de otro modo, más que en cualquier otro país, las cosas suceden a escala local. Bertrand (1992:59).

2.1.6 Experiencias televisivas locales en Canadá

La televisión en Canadá comenzó en el año 1952 con la apertura de las primeras estaciones de televisión, desde luego fuertemente influenciada en contenido por su vecino Estados Unidos, influencia que sólo se pudo neutralizar en la provincia de Québec donde predomina la lengua francesa. La *Canadian Broadcasting Corporation* CBC empezó en septiembre de ese año y fue la primera entidad de televisión del país, operando tanto en las

²² Prado, E y Fraquet, R. Convergencia digital en el paraíso tecnológico: Claroscuros de una revolución. Extraído el 18 marzo de 2010 de : <http://www.ehu.es/zer/zer4/prado1.html>

ciudades de Montreal como Toronto.

La televisión pública canadiense es el adhesivo que amalgama la diversidad de identidades, respetando sus lenguajes particulares y posibilitando la expresión de todas las voces. La televisión pública, en este caso, sirve para construir el país total, conectarlo en la pantalla cuando se encuentra tan desconectado en lo físico-geográfico, conexión hecha con base en el respeto y la valoración de las diversas culturas locales que constituyen la manera de ser canadiense Rincón (2001:280).

Durante las primeras décadas del siglo XX y como ya era un hecho en el resto del mundo, se produjo un cambio hacia la industrialización de los contenidos y la dependencia televisiva de EE.UU. se agudizó. Canadá trataba de controlar la influencia extranjera y especialmente la presencia de contenido norteamericano en su programación a un mínimo, para evitar así que la industria estadounidense controlara la programación televisiva. Sin embargo, el costo de hacer televisión era más caro que la compra de programas y series envasadas a los Estados Unidos, lo que agravó aún más la situación, convenciendo al gobierno canadiense de que era necesaria su intervención en la radiodifusión de Canadá, con la finalidad de defender la identidad canadiense y la unidad nacional.

La Ley de radiodifusión del año 1932 fue el comienzo de la intervención del gobierno. Su objetivo principal era la “Canadianization” de los medios de comunicación. En otras palabras, crear un sistema de radiodifusión de Canadá que buscara neutralizar el sistema estadounidense, uniendo a los canadienses en la creación de una identidad nacional. La Ley en un principio sólo abarcó a las emisoras de radio, pero en 1952 incluyó a la televisión, instaurando dos grandes redes de cobertura nacional, una en inglés y otra en francés.

Dicha legislación creó la *CRBC*, que luego sería sustituida por la

Canadian Broadcast Corporation CBC. Dicha institución tenía dos misiones sustanciales, por una lado crear una red de servicio nacional de radio y teledifusión y por otro velar porque la transmisión llegara a todo el país.

Antes de 1958, la ley canadiense prohibía la creación de redes de televisión privadas. Las estaciones privadas surgieron pero no podían existir de forma independiente. Hasta ese año tenían que estar afiliadas a cualquiera de las redes nacionales, sea la francesa o inglesa. La Ley de 1958, así como su versión revisada en 1968, permitió la existencia de redes de televisión privadas. Las estaciones privadas fueron reconocidas ahora como competidores directos a la *CBC*, que mantuvo su función de organismo de radiodifusión nacional, pero perdió su poder de reglamentación.

En 1968 se creó la *Comisión Canadiense de Radio y Televisión* CRTC que más tarde se transformaría en la Comisión Canadiense de Telecomunicaciones de Radio y Televisión. Desde el punto de vista económico, la intervención del gobierno ayudó a la industria de la radiodifusión canadiense, pero en términos de mitigar la influencia norteamericana el logro no fue tan claro. Sí, para algunos sectores canadienses como la Provincia de Quebec, que gracias a su habla francesa logró desarrollar y mantener la producción regional de televisión lejos de la influencia norteamericana.

En tanto, mientras el gobierno canadiense realizaba lo suyo en pro de impulsar leyes que buscaran la defensa de la identidad del país, el aparato de televisión se había extendido por todo el territorio. Para 1954, un millón de televisores se habían vendido en Canadá., lo que se traducía que 9 de 10 hogares canadienses a finales de la década del 50 contaban con al menos un aparato receptor, muy lejos de los 325 aparatos de televisión existentes en Canadá en 1948.

En los próximos 25 años en Canadá se pusieron en marcha nuevas estaciones, principalmente estaciones que eran parte de la red de *CBC* y que eran adquiridas por la red para sustituir a los afiliados privados que se convirtieron en independientes. Durante la década de 1980 y 1990 se experimentó un crecimiento exponencial en el universo multicanal, comenzó a operar la televisión de pago y luego se continuó con servicios especializados como la recepción vía satélite de televisión a mediados de la década de 1990.

Hay que destacar que en la televisión canadiense hay una serie de cuotas establecidas en torno al contenido local del país. Por ejemplo, la televisión privada generalmente debe lograr un nivel anual de contenidos canadienses del 60%, con relación al día completo de transmisión, y 50% en el horario vespertino. A las estaciones de la *CBC* se les requiere mostrar un 60% de contenidos canadienses en todos los horarios. Los servicios de televisión de paga y de especialidad también tienen requisitos de programación canadiense. Este enfoque pro-Canadá beneficia a nuestras industrias cinematográfica y del video, incluyendo escritores, artistas, actores, músicos, bailarines y otros creativos canadienses.²³

La fase de consolidación de la televisión canadiense llega en la década de 1990 y primeros años del 2000, convirtiendo a la televisión canadiense en una industria similar a los modelos británico y australiano. Destacando estaciones asociadas a una red nacional, que varían su programación con contenidos locales, que se suman a los noticieros locales o regionales. De hecho, en algunos casos, una sola estación sirve a toda una provincia a través de una red de broadcasters en lugar de a través de múltiples estaciones de la licencia.

En cuanto al modelo de televisión comunitaria canadiense, éste comenzó con el *Challenge for Change* adelantado por el gobierno en 1966

²³ Sánchez, E. (2000). México, Canadá y la Unión Europea: hacia un Análisis comparativo de políticas de comunicación. Revista *Razón y Palabra*.

con el propósito de comunicarse con los ciudadanos más necesitados del país del norte. Este proyecto sentó las bases filosóficas y experimentales para el posterior surgimiento de canales de acceso público en el mundo. (Zabaleta, 1998).

Canadá ofrece gran protección a la televisión comunitaria gracias al desempeño del *Canadian Radio Corporation*, CRTC, un organismo independiente del poder ejecutivo, pues todo su trabajo se destina a brindar utilidades a la ciudadanía, velando por sus intereses. *El CRTC* también interviene para evitar concentraciones y regular un mejor aprovechamiento del sistema emisor para la audiencia. Impulsa una mayor pluralidad y garantiza la presencia de colectivos sociales, obliga a los operadores de cable a intervenir el 5 % de sus ingresos en contenidos de carácter comunitario y a ceder dos canales locales para estos usos.²⁴

Canadá es un país con aproximadamente 30 millones de habitantes, de los cuales 35% son menores de 18 años de edad. Como es un país con un clima muy frío, sus habitantes pasan mucho tiempo en sus casas. Por ello, el 90 por ciento de los hogares tiene televisión por cable. Como sucede en México, el tiempo-aire de Canadá es patrimonio nacional, lo cual significa que los interesados en manejar un canal de televisión necesitan obtener un permiso o arrendar el espacio. La industria de la televisión en ese país es fuerte. Sin embargo, como es un negocio que con facilidad puede dejarse influir por el modelo estadounidense, el gobierno canadiense decretó que 60% de los programas que se transmiten en su territorio deben ser nacionales. Para ello, estableció el Fondo Canadiense para la Televisión, 50% de los recursos proviene de los impuestos de los habitantes y 50% restante del impuesto (cerca de 100 mil dólares) que se le cobra a las televisoras de cable y satélite por ocupar el espacio aéreo. Además, existe el Crédito para Impuestos, un programa mediante el cual un

²⁴ Rincón, L. (2010). *Cinco estrategias para un modelo de televisión comunitaria: una perspectiva desde la experiencia colombiana*. Trabajo presentando en el Congreso AEIC 2010, Febrero, Málaga.

productor puede reclamar al gobierno hasta 20% del presupuesto en efectivo que destinó a su programa, además de conseguir créditos fiscales.

De esta manera, en Canadá hay canales independientes o por cable con programas para jóvenes, preescolares y niños. Así, un solo canal puede llegar a transmitir hasta dos mil 246 horas al año de series para niños, a pesar de que no se puede presentar publicidad en programas destinados a menores de seis años de edad. Esta estructura es la base de la existencia de una industria con un terrible apetito por hacer televisión canadiense y motiva a los productores a viajar por todo el mundo buscando cualquier tratado y recursos económicos que se requiere para formar sociedades y hacer los programas. Incluso, hay varias compañías públicas que venden sus acciones en las bolsas de valores, ganando cantidades enormes de dinero que invierten en televisión para niños.²⁵

2.1.7 Contexto latinoamericano: Argentina, Brasil y Venezuela

Desde que llegó la televisión a Latinoamérica a mediados de los años 50, se ha convertido en la principal fuente de entretención de los ciudadanos. Durante la semana los latinos ven un promedio de tres horas diarias, las que suben a cinco durante los fines de semana, según el informe mundial de la Unesco del año 1998. A la antigua televisión que reunía a toda la familia y que abundaba en las salas “de estar”, “living” y comedores latinoamericanos, hoy se han sumado una serie de receptores que están ubicados en los dormitorios de padres, hijos, abuelos e incluso personal de servicio doméstico en aquellos domicilios más acomodados.

Lejos de extinguirse frente a nuevos métodos de comunicación interactivos como Internet, la televisión se ha consolidado como un medio

²⁵ García, C. (2006). Escasa producción de programas infantiles. Extraído el 15 de marzo de 2010 de <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/proinfantiles.htm>

de comunicación de masas que ha logrado influir sea positiva o negativamente en el lenguaje, en la cultura, en la economía, en la política e incluso en la propia identidad del continente.

Con el correr de los años la televisión se ha profesionalizado convirtiéndose en una verdadera industria. Tanto así que en países como Brasil y Colombia, los productos televisivos de diversos géneros son elementos de exportación que se transforman en divisas que representan una buena parte del producto interno bruto.

Grandes empresas de todo tipo han podido llegar a ser lo que son gracias a la proyección televisiva, y porque no decirlo también han llegado al poder personajes políticos que han visto en este medio la oportunidad para captar adhesión y votos al por mayor. En las campañas electorales de la última década y media del siglo XX, desde la del presidente Argentino Carlos Menem hasta la del mexicano Vicente Fox, pasando por la del tristemente célebre peruano Alberto Fujimori, la televisión ha sido fundamental en la construcción de sus carismas y ha contribuido no sólo a la venta y por supuesto compra de su imagen por parte de las audiencias, sino también a la farandulización de la política. La televisión ha sido el principal medio de difusión que ha mostrado su crisis de legitimidad y en especial la crisis de sus partidos, al tiempo que ha creado candidatos, como si fuesen estrellas de sus pantallas. Orozco (2002:19).

A finales de los años 80 las nuevas tecnologías irrumpen en Latinoamérica apoderándose del protagonismo de la comunicación. Las nuevas tecnologías de comunicación como los satélites, televisión por cable, videotexto, teletexto y otros representan la nueva etapa de un proceso continuo de aceleración de la modernidad que ahora daría un salto cualitativo, de la revolución industrial a la revolución electrónica, del que ningún país puede estar ausente so pena de muerte económica y cultural. En América Latina, la irrupción de esas tecnologías plantea una multitud de

interrogantes que no quedan resueltas en la simple postura donde el decir no a las tecnologías significa rechazar el desarrollo. Pues los interrogantes desplazan la cuestión de las tecnologías en sí mismas al modelo de producción que implican y a los procesos de deformación y dependencia que acarrearán. En América Latina la revolución tecnológica se inscribe en un viejo proceso de esquizofrenia entre modernización y posibilidades reales de apropiación social y cultural de aquello que nos moderniza. ¡Se informatizan o mueren! Es la consigna de un capital en crisis, necesitado con urgencia vital de expandir el consumo informático. Martín-Barbero (1998:251).

En Latinoamérica, los primeros países en transmitir televisión fueron México, Cuba y Brasil durante 1950. En los tres casos eran aventuras de empresarios que ya tenían intereses en radios o medios gráficos. Salvo el caso de Brasil, Colombia y Chile, los primeros intentos de televisión privada en Latinoamérica están asociados a modelos norteamericanos de televisión comercial. Este modelo va a determinar la economía e incluso la programación de los primeros años, donde se llegó a un 90% de programación proveniente del país del norte.²⁶

Experiencias de televisión local en Argentina

La televisión local argentina, al igual que la mayoría de las emisoras locales en el mundo, nace en forma posterior a la televisión abierta de cobertura nacional. En el país trasandino la televisión como emisión de carácter nacional nace en 1951, en pleno peronismo, de la mano de Jaime Yankelevich directivo de *LR3 Radio Belgrano* quien había sido comisionado por Eva Perón para adquirir los equipos en Estados Unidos. Como consecuencia de ello un 17 de octubre de 1951 se transmite por el *Canal 7*

²⁶ Varela, M. (1998). Los comienzos de la televisión argentina en el contexto Latinoamericano. Extraído el 25 de marzo de 2010 de: <http://diegolevis.com.ar/audiovisual/MVarela.pdf>.

el acto del Día de la Lealtad con los discursos de Eva Perón incluidos, primera transmisión de televisión en territorio argentino. *Canal 7* sólo transmitía entre las 18 y 22 horas durante los primeros años, pues la radio seguía siendo el medio más fuerte. Orozco (2002:26).

El primer atisbo de televisión local surge apoyada por una Ley en 1957 que impedía que capitales extranjeros fuese propietarios de estaciones de televisión, como también que existiesen cadenas de televisión en la Argentina. Eso llevo a que fuesen surgiendo una gran cantidad de televisoras independientes al interior del país, generalmente propiedad de una familia local. Así grandes cadenas como *NBC* o *CBS* se asociaron con estaciones locales de Buenos Aires para emitir. Dichos canales recibían apoyo tecnológico de algún canal capitalino y se comprometían a comprar parte de su programación. Landi (1992:163).

Es decir eran estaciones locales pero que transmitían contenidos generalistas, pues sólo en las zonas ricas del interior y en etapas iniciales hay algunas producciones locales.

En abril de 1958, tres días antes de entregar el gobierno, el General Pedro Eugenio Aramburu firmó un decreto mediante el cual se adjudicaron las primeras licencias para establecer canales de televisión privados. Para algunos, hablar de dicho proceso podría parecer obsoleto y poco útil. Sin embargo, a la luz del desarrollo de los acontecimientos se puede arriesgar que la adjudicación de las licencias de los canales 9, 11 y 13 de la ciudad de Buenos Aires marcó el inicio de una forma de explotación que se ha mantenido hasta hoy. Más allá de los cambios en la propiedad de los canales ocurridos desde 1958, lo que ha caracterizado el desarrollo de la televisión argentina es el predominio de un modelo competitivo que concede libertad de radiodifusión a instituciones públicas o privadas mediante un régimen de licencias. Según sus impulsores, dicho sistema debería conducir a elevar la calidad de los mensajes, basado en la

competencia entre los diversos emisores en la captación de la audiencia y el fomento a la pluralidad de opiniones. Lamentablemente, esta teoría pocas veces ha hallado correspondencia con la realidad y se ha privilegiado una programación con escasas variantes temáticas, que no suele presentar la diversidad de opiniones existentes en la sociedad. Por su parte el Estado ha carecido de una política cultural coherente y se ha limitado a sancionar el marco regulatorio de la radiodifusión, en tanto dejó que la iniciativa privada se hiciera cargo de generar una propuesta informativa y cultural. Complementariamente, en la Argentina el poder político ha intervenido en la adjudicación de las licencias de medios con el objetivo de que la propiedad de los medios no entrara en contradicción con sus ideas. Como esto no siempre fue posible, en numerosas oportunidades se apoderó de la propiedad de los medios en los comienzos de su gestión e intentó privatizarlos en manos amigas en las postrimerías de su accionar.²⁷

A fines de la década del 50 Córdoba vio nacer la televisión privada. En 1960 iniciaron sus transmisiones desde Buenos Aires los canales *9 Cadete* y *13 Proartel*, con escasos cuatro meses de diferencia. Surgieron otros en el interior del país, en especial en Rosario y en Mar del Plata; en 1961 lo hizo *Teleonce* y en 1966, *Canal 2* de La Plata.²⁸

En los últimos años de la década de los 80 proliferaron por todo el territorio nacional unas 3000 emisoras radiales y se crearon en Buenos Aires los primeros canales de televisión de baja potencia. *Canal 4* de Alejandro Korn, *Guernica*, *Avellaneda* y *Canal 5* de Lanús, Moreno, Tigre, Ciudadela, Morón, Adrogué, Villa Lugano y Castelar compartían un transmisor casero de 4 vatios y ejercitaban el derecho al uso de frecuencias en la banda VHF (del canal 2 al 13) que, sin autorización, ampliaban y democratizaban desde abajo el poder de la emisión. La mayoría de estas

²⁷ Mastrini, G. Política y medios en la Argentina: Los orígenes de la televisión privada. Extraído el 26 de marzo de 2010 de : http://www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini/textos/todo_es_historia.doc

²⁸ Historia de la Televisión en la Argentina. Extraído 25 marzo de 2010 de : <http://www.argentina.gov.ar/argentina/portal/paginas.dhtml?pagina=2901>

experiencias fueron criminalizadas por parte del COMFER y la Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC), sufriendo persecuciones, decomisos y allanamientos al no obtener jamás las licencias que dichos entes exigían -y a la vez nunca otorgaron- además, de la discriminación legal actual -vigencia de la Ley de radiodifusión 22.285 promulgada en la última dictadura militar- que niega la posibilidad de crear medios cooperativos y/o sociales, sin fines comerciales.

El fenómeno televisivo de baja potencia surgió con la vuelta a la democracia siendo parte de un proceso de transformación político-social en la sociedad argentina. El imaginario colectivo reclamaba el uso de los medios para la creación de otro tipo de comunicación: participativa y democrática.²⁹

La historia de la televisión comunitaria se inicia de los experimentos de un grupo de técnicos radiales que fabricaron un transmisor de bajo costo, basados en su experiencia de construir aparatos de radio. Fue así que en 1987 se creó la primera televisión comunitaria, llamada *Canal 4*, propiedad de Alejandro Korhn. La experiencia viral se expandió a otras ciudades del interior del país, alcanzando su punto máximo hacia 1992 dando vida a 250 canales agrupados en la Asociación Argentina de Teledifusoras Comunitarias (AATECO).

Este núcleo inicial de interesados terminó en los hechos funcionando como promotor de la posibilidad de instalar canales: en octubre de 1989 el grupo fundó la Asociación de Teledifusoras Comunitarias (Ateco), una entidad orientada a difundir la actividad y promover la creación de canales de baja potencia, discutir encuadres legales y elaborar un plan técnico para reclamar la organización de las frecuencias para fines comunitarios. En ese

²⁹ Fernández, M. Utopías en el aire. Extraído el 26 de marzo de 2010 de : http://www.revolutionvideo.org/agoratv/sobre_latv.htm

marco, Ateco destinó un transmisor para ser compartido por varios comunicadores en un organigrama de salidas que, acuerdos políticos mediante y a la manera de las televisiones actuales, intercalaba las emisiones entre diferentes barrios del Gran Buenos Aires y la Capital Federal.³⁰

El objetivo era no sólo la creación de una nueva ley de radiodifusión, sino el reclamo legítimo de licencias -por servicio complementario- y la exigencia de la libertad de expresión que emanaban del artículo 14 de la Constitución Nacional y de los pactos internacionales firmados por la Argentina como son la Convención Americana de DDHH y el Convenio de Nairobi.

El movimiento era muy heterogéneo, lo constituían desde emprendimientos comerciales hasta proyectos políticos clientelares, pasando por experiencias sociales de auto organización vecinal con metas en lo comunitario y/o en el uso experimental del soporte. Claramente, dichos proyectos televisivos representaban diferentes tradiciones y tendencias políticas, situación que terminó, de una parte, en procesos de institucionalización, cooptación por parte del aparato político tradicional y comercialización y de otra parte, en proyectos políticos autónomos donde el eje estaba puesto en el rol social y comunitario que asumía la televisión alternativa o comunitaria para vecinos/as del barrio.³¹

La expansión del fenómeno que en 1992 alcanzó a unos 250 canales en todo el territorio nacional comenzó a decrecer a mediados de los años 90, producto de la persecución alentada por los operadores de cable, la imposibilidad para recuperar los equipos confiscados y de las dificultades

³⁰ Vinelli, N. (2006). La TV Piquetera: experiencias de televisión alternativa en Buenos Aires. Extraído el 27 de marzo de 2010 de :

<http://www.prensadefrente.org/pdfb2/index.php/new/2006/03/01/p1121>

³¹ Fernández, C. (2006). Utopías en el aire. Extraído el 26 de marzo de 2010 de: http://www.revolutionvideo.org/agorativ/sobre_latv.html

económicas que generaba su reemplazo.³²

Esta decaída revela también un proceso de partición entre los canales que se fueron institucionalizando (y comercializando), aquellos respaldados por los municipios o por algunos funcionarios y unos pocos que siguieron definiéndose como alternativos o comunitarios, mucho más desprotegidos a la hora de enfrentar a los organismos de control. Vinelli (2005:12).

La historia de la televisión local argentina, al igual que muchas en el mundo, está marcada por la ilegalidad. En los primeros años surgen producto de lo vasto del territorio, distancia que hacía imposible que las señales capitalinas llegasen a todo el territorio por vía hertziana, de ahí que provincias del interior creasen sus propias repetidoras con algo o muy poco de contenido local y por supuesto con mucha inspiración comercial de empresarios lugareños. Luego serían las televisiones comunitarias o de barrio como también le llaman, que lograron agrupar a más de 200 televisoras de esta naturaleza. Televisiones que en los primeros años del siglo XXI fueron literalmente perseguidas por los operadores de cable que no veían con buenos ojos la expansión del fenómeno televisivo, que les coartaba potencial audiencia.

Finalmente, tras veinte años de experiencia acumulada en canales de baja potencia, vuelven a resurgir proyectos de televisión que, ahora, insertados en organizaciones y colectivos sociales se reapropian de los medios técnicos y del lenguaje audiovisual para intentar explorar la creación de *otra* televisión.

En este recorrido avanza la experiencia itinerante de la televisión Piquetera que, desde el año 2002, y mediante un piquete-sabotaje en el aire acompaña a diversas organizaciones en la recuperación de frecuencias

³² Dodaro, C. (2009). El videoactivismo. Experiencias de resistencia cultural y política en la Argentina de los noventa. *Revista Palabra Clave*. Volumen 12, Número 2, p. 238.

del espectro radioeléctrico para transmitir sus experiencias comunitarias a vecinos del barrio. El apoyo técnico de la televisión Piquetera tiene un claro objetivo político: promover, incentivar y desarrollar canales barriales de baja potencia en torno a proyectos sociales de carácter comunitario.³³

Las emisiones realizadas hasta ahora han generado el piso necesario para avanzar en propuestas de televisión alternativa o comunitaria más estables, aunque –como ya señalamos– los colectivos que han dado el paso hacia la regularización de las transmisiones todavía son escasos. En el Gran Buenos Aires, además de un proyecto reciente en el barrio La Paz, en San Vicente, se destacan el *Canal 5*, La Comunitaria televisión de Claypole y el Canal 21 televisión Libre de La Matanza. Ambos están impulsados por organizaciones sociales, se encuentran en plena fase experimental y dedican buena parte de sus esfuerzos a la capacitación técnica y a la formación audiovisual.³⁴

Experiencias de televisión local en Brasil

Como ya ha sido común al resto de Latinoamérica la televisión de cobertura nacional surge de una derivación de otros medios masivos. En el caso de Brasil lo hace en 1950 de manos del empresario Assis Chateaubriand, dueño de los Diários de Emissoras Associados y también propietario de gran parte del mercado de las comunicaciones de la época. Fue el mismo empresario quien distribuyó más de 100 receptores entre la elite de Sao Paulo, para que recibieran la señal de *televisión Tupi Difusora*.

Inicialmente la televisión se instala en los polos económicamente más

³³ Fernández, C. (2006). Utopías en el aire. Extraído el 26 de marzo de 2010 de: http://www.revolutionvideo.org/agoratv/sobre_latv.html

³⁴ Vinelli, N. (2006). La TV Piquetera: experiencias de televisión alternativa en Buenos Aires. Extraído el 27 de marzo de 2010 de: <http://www.prensadefrente.org/pdfb2/index.php/new/2006/03/01/p1121>

desarrollados, Río de Janeiro y Sao Paulo, desde donde prosigue su expansión por las mayores capitales brasileñas del litoral y, sólo mucho más tarde, lo hace por el interior del país. Este tipo de crecimiento sigue los meandros de la expansión del capitalismo brasileño, que se localiza en los polos formados por estas dos ciudades en relación con el conjunto de Brasil y por las capitales en relación con el interior. Era improbable que hubiera sido de otro modo, dado el carácter comercial del medio y su financiación a través de la publicidad. Capparelli (2002:68).

Televisión Tupi apareció en una época en que la radio era el medio de comunicación más popular en el país, abarcando a la población brasileña de casi todos los estados. Su desarrollo se supeditó a la influencia de la radio, inicialmente utilizando su estructura, el mismo formato de su programación, así como sus técnicos y artistas. Desde sus comienzos, la televisión brasileña ha mantenido una característica: la totalidad de sus 183 estaciones emisoras de televisión están en la actualidad establecidas en áreas urbanas. Su programación se dirige a la población urbana, y está orientada a la obtención de beneficios económicos (con excepción de las emisoras que son propiedad del gobierno y trabajan bajo el control directo e indirecto de la legislación oficial del sector). El modelo brasileño de emisoras de radio y televisión, tradicionalmente privado, se ha desarrollado en lo que se puede llamar un sistema mixto, en el cual el Estado ocupa todos los vacíos dejados por la iniciativa privada, operando canales reservados para programas educativos. El sistema brasileño de emisoras de radio es considerado como un servicio público y las empresas que lo integran han estado siempre bajo la supervisión directa del gobierno. Hubo un tiempo en que el Estado era el único con el derecho a conceder o cancelar licencias y a permitir el uso de las frecuencias de radio o televisión. Esto cambió en 1988, cuando fue promulgada la nueva Constitución brasileña, que estableció normas y reglas que anularon los ordenamientos casuísticos utilizados hasta entonces. Las nuevas normas estaban contenidas en un capítulo de Comunicación Social. Desde su promulgación, la aprobación de la renovación de concesiones o el

otorgamiento de un canal de transmisión depende del Congreso Nacional y no solamente de la decisión personal del presidente de la República. La cancelación de la concesión o permiso, antes del periodo de diez años para la radio y de quince para la televisión, también depende de una decisión judicial.³⁵

Sin embargo, para la aprobación de la Constitución que concedería cinco años de mando para José Sarney fueron las propias concesiones de televisión la moneda de cambio, pues se regalaron 91 concesiones a parlamentarios para que votaran a favor de la enmienda. De ese modo, el número de parlamentarios propietarios de concesiones de televisión ascendió de 55 a 146. Además el ministro y el presidente también actuaron en beneficio propio, autoconcediéndose siete y tres licencias de productoras de televisión. Capparelli (2002:83).

Desde 1964 el país comenzó la realización de los trabajos de ampliación y modernización del sistema de telecomunicaciones, permitiendo así el surgimiento de las cadenas de televisión, lo que condujo a tener una amplia influencia sobre la promoción y venta de bienes de consumo a gran escala. La mayor cadena de televisión en Brasil, Globo, apareció en 1965, teniendo inicialmente el financiamiento y protección técnica del grupo norteamericano Time/Life. La influencia norteamericana sobre televisión Globo fue posteriormente eliminada, aunque esto pudo ocurrir solamente después de que había ya sacado provecho de las ventajas del dólar y de la experiencia de la administración extranjera Tunstall (1979:182).

La *Rede Globo* es una emisora de televisión del Brasil, que inició sus transmisiones el día 26 de abril de 1965 en Río de Janeiro y el 24 de marzo de 1966 en São Paulo. Fue fundada y dirigida por el empresario Roberto

³⁵ Mattos, S. (1992). Un perfil de la televisión brasileña: 40 años de historia (1950-1990).

Marinho hasta su muerte, el 26 de febrero de 2003. La empresa forma parte del grupo empresarial Organizaciones Globo, el cuarto conglomerado de medios de comunicación más grande del mundo. Es además el cuarto canal más grande de la Televisión mundial y el primer canal de América Latina, llegando a ser visto solo en Brasil hasta por más de 100 millones de personas al día. Hoy la cobertura de Globo se extiende por prácticamente todo el territorio nacional, contando con telespectadores en 99.84% de los 5.043 municipios brasileños. Las cifras alcanzadas por *Rede Globo* son una prueba fidedigna de su crecimiento: cuenta con cerca de 113 emisoras entre Generadoras y Afiliadas, 74% de audiencia en el horario pico, 56% en el matutino, 59% en el vespertino y 69% del horario nocturno. En lo que respecta al mercado publicitario, Globo tiene una participación equivalente a 75% del total de las asignaciones destinadas a los medios televisivos.³⁶

Los servicios de televisión en Brasil están organizados principalmente en redes nacionales que acogen a canales locales y regionales afiliados. Esto configura una clara situación de oligopolio dentro de la supuesta libertad en el uso del espectro radioeléctrico, pues que hay un máximo de trece canales por espectro en zonas específicas. García (2002:106).

Generalmente los contratos de afiliación a las redes de televisión son a la fuerza, pues se traducen en una concentración del mercado por parte de las grandes emisoras que funcionan en red. Industria televisiva que claramente beneficia a Sao Paulo y Río de Janeiro, ciudades donde se sitúan los grandes conglomerados televisivos que imponen lo que los brasileños deben ver. Esto tiene su origen en el gobierno militar, período donde los militares comprendieron la importancia económica y de influencia que podría tener la televisión y crearon verdaderas redes que se extendían por la vasto del territorio brasileño. Como consecuencia de ello la industria televisiva quedó prácticamente dominada por cadenas nacionales e inexistentes televisoras independientes, que sólo son afiliadas de las

³⁶ Mattos, S. (1992). Un perfil de la televisión brasileña: 40 años de historia (1950-1990).

cabeceras televisivas, pues dependen técnica y publicitariamente de la cadena principal. Sólo hacen algún programa de producción propia.

Existen además de las redes nacionales, algunas redes regionales que tienen más de una estación por Estado. Generalmente estas estaciones están ligadas a grupos políticos regionales. Dichas estaciones retransmiten programación nacional y hacen algún tipo de programa local, especialmente noticiarios, con la intención de fortalecer e influir política y económicamente.

Lo anterior se traduce en que todas las emisoras comerciales en Brasil son afiliadas directamente o a través de una red regional, a una red nacional de televisión, principalmente a *Red Globo*. Dicha emisora ubicada en alguna ciudad brasileña lucra vendiendo spots para la programación que le llega embazada desde Río de Janeiro o Sao Paulo. La alianza se concreta mediante un contrato de afiliación donde se establece que todas las afiliadas deben tener un comportamiento uniforme y una programación artística y comercial común. La cabeza de red tiene poder absoluto para decidir que programación debe ser transmitida por las afiliadas. Estas a cambio, reciben servicios básicos como soporte técnico para la programación local, que son principalmente noticias de la ciudad; un ambiente publicitario que estimula a los auspiciadores locales; compensaciones económicas relacionadas con el aumento de la audiencia y finalmente una organización de ventas que prioriza anunciantes nacionales. Una cabeza de red es entonces, un distribuidor de programación, que compra audiencias locales y regionales y las revende a agencias publicitarias nacionales. García (2002:108).

De esta manera, no podríamos hablar de televisión propiamente local en Brasil, sino de repetidoras de contenidos, muy similares a las televisiones ventanas o desconexiones de redes nacionales. Aún cuando en el caso brasileño esa desconexión es mucho más restringida que en otros países del orbe. Más aún, existen otros tipos de televisión que se

alejan del estilo comercial y cuyos contenidos están relacionados con lo local y especialmente con la proximidad. Dentro de esta televisión, se encuentran las televisiones educativas y las televisiones comunitarias.

La televisión no comercial en Brasil tiene su origen en la década de 1960, en pleno gobierno militar. Es en esa fecha cuando el gobierno brasileño se toma algunas concesiones de televisión y las transforma en televisión educativa y en televisión cultural, creando dos grandes frentes: *Radiobras* y el sistema brasileño de televisión educativa. García (2002:118).

En el caso de *Radiobras* es una inquietud que se viene dando desde los años 30 en Brasil, pero que recién germinó en el año 1975. En términos simples es una red de emisoras de televisión de corto y medio alcance. Cuyo objetivo es operar en áreas de baja densidad poblacional que no despiertan ningún tipo de interés para las grandes cadenas. Dentro de su parrilla programática están programas de educación creados por el Ministerio de Educación de Brasil, algunos programas de entretenimiento y noticias. Es un modelo que falló económica y operacionalmente, por lo que muchas de sus concesiones fueron absorbidas por otras concesionarias, quedan sólo televisión Nacional de Brasil que utiliza los equipos de largo alcance para llevar su señal internacional.

En cuanto a la televisión educativa si bien en los años 50 se hicieron algunos experimentos fue en la década del 60 donde se dieron los principales avances. Ello gracias al impulso dado por la Unesco que buscaba responder a las necesidades educativas de países en desarrollo, pero también a la industrialización vivida por Brasil en aquellos años y que necesitaba de una mano de obra más apropiada. El gobierno brasileño en 1963 en la ciudad de Sao Paulo crea "Serte Servico de

educacao e formacao pelo radio e televisao”, partiendo con una programación de 10 horas semanales en una emisora privada llamada *Canal televisión cultural*. En los años posteriores la televisión educativa pasa por altos y bajos, trata de cubrir el interior de Brasil a través de diferentes concesiones pero su escasa audiencia y alto costo hacen la situación muy difícil. A comienzos de los años 80 la televisión educativa está muy desacreditada y con muy poco dinero, por lo que ve en los auspiciadores y patrocinadores una buena herramienta para surgir, aún cuando por Ley está impedida de programar publicidad. García (2002:123).

La televisión comunitaria, en tanto, surge en Brasil con el formato de una televisión libre, también denominada televisión callejera, caracterizada por la producción de videos educativo-culturales, que son exhibidos por circuito cerrado o en una plaza pública, destinados a la recepción colectiva. Las primeras experiencias se dan en la década de los 80 en el contexto de luchas por la redemocratización de Brasil. Krohling (2005: 348).

Se trata de una especie de televisión móvil donde se exhiben producciones en video en la plaza pública o en salones de entidades sociales. La exhibición es itinerante, es decir, dentro de determinada programación se recorren algunos lugares previamente seleccionados para la exhibición y debates del audiovisual.

Después de la exhibición de algún programa se procura abrir el debate para que las personas puedan expresarlo que han visto y mostrarlo. Se trata de una técnica llamada “Cámara Abierta”.

A lo largo de las últimas tres décadas se han producido varias experiencias de televisión callejera; entre ellas la de la *televisión Viva* (Recife, Olinda), *televisión Mocoronga* (Santarém-PA), *televisión Liceo* (Salvador-BA), *televisión de los Trabajadores* (São Bernardo do Campo-SP), *televisión Maxambomba* (Río de Janeiro-RJ), *Bem televisão* (Niterói-

RJ), *televisión Tagarela* (Rio de Janeiro-RJ), *televisión Mangue* (Recife-PE), *televisión Memoria Popular* (Natal-RN), *televisión Mandacaru* (Teresina-PI) y la de la *televisión Pinel* (Rio de Janeiro-RJ).

Además de la televisión Móvil existen otras modalidades de televisión comunitarias como aquellas en sistema UHF (Ultra High Frequency). Son “repetidoras no simultáneas” de televisiones educativas. Funcionan a nivel local. Retransmiten parte de la programación de alguna Televisión Educativa, mediante un convenio. Son conocidas como televisiones comunitarias pero son de hecho televisiones locales educativas. Se trata de un sistema que otorga permiso de uso (no concesión) y se encuentra bajo la protección de la Secretaría Nacional de Comunicaciones que permite que el 15% de la programación sea producida localmente. En este espacio se incorporan programas “comunitarios” con apoyo cultural local. Son canales preferentemente destinados a las Municipalidades, Universidades y Fundaciones. Krohling, (2005: 349).

Otro tipo de televisión comunitaria que se conoce en Brasil es la de baja potencia transmitida en la televisión abierta, es decir, en la frecuencia VHF (Very High Frequency). Son transmisiones televisivas de aproximadamente 150 watts que alcanzan comunidades específicas. No está reglamentada por una ley; por lo tanto son transmisiones clandestinas. Difunden sus contenidos en condiciones inestables por su ilegalidad. Según Krohling, fueron experiencias que funcionaron de una forma poco estructurada y llevadas a cabo por entusiastas de la comunicación a través de medios electrónicos y de la democratización de los medios. No había una periodicidad regular de transmisión como forma de despistar o dificultar su localización por parte de los órganos fiscalizadores del Gobierno. A pesar de los riesgos demandados por las transmisiones ilegales, tales experiencias lograron criticar al sistema televisivo vigente en el país demostrando posibilidades de uso social de este sistema.

En Brasil, en 1997 surge la televisión comunitaria en el cable, gracias a un decreto que obliga a los operadores para que dispongan de seis canales de uso gratuito por una comunidad organizada.

Según Krohling, los contenidos y línea de abordaje son definidos por las mismas asociaciones, de las cuales, en última instancia, se espera que combinen con los objetivos y el carácter público del canal. Como puede verse, se realiza una comunicación en que las entidades de la sociedad civil y los ciudadanos, que eran sólo receptores de los mensajes, pasan a ser emisores activos. Hay participación en la planificación, en la producción, en la transmisión y en la recepción de los contenidos vehiculados. Tal proceso revela que la práctica de participación en la programación de los canales comunitarios se lleva a cabo en un nivel elevado; el poder de decisión sobre el contenido, el lenguaje, el formato del programa está en el grupo, en la entidad y no en el equipo técnico o en la dirección del canal.

Actualmente los canales comunitarios brasileños están asociados a la Asociación Brasileira de Canales Comunitarios, ABCCOM, pero enfrentan diversas como: el financiamiento; la inexistencia de un centro de producción colectivo abierto a todas las comunidades; la escasa audiencia; la precariedad de los contenidos y la falta de participación ciudadana. Krohling (2005: 363:364).

Experiencias de Televisión Local en Venezuela

La televisión llega a Venezuela en 1952 con la creación del canal estatal *televisión 5* administrado y controlado por el gobierno de la época. Pero con los años será la televisión comercial, influenciada por el modelo comercial de su vecino cercano Estados Unidos, la que marcará la tendencia de desarrollo de la televisión de cobertura nacional en el país caribeño.

Al año siguiente nace *Televisa YVLV-TV Canal 4* (posteriormente adquirida por el Grupo Cisneros y denominada actualmente *Venevisión*) impulsada por el radiodifusor venezolano Gonzalo Veloz Mancera y en 1953 – auspiciada por la Corporación Radiofónica Venezolana (Corven) es fundada Radio Caracas Televisión, bajo la propiedad del Grupo Phelps y R.C.A.

La Cadena Venezolana de Televisión (CVTV), *Canal 8*, fue fundada en 1964 por el Grupo Vollmer, asociado a Time-Life, durante una década funcionó como canal privado, pasó a manos del Estado durante el primer Gobierno de Carlos Andrés Pérez y durante seis años tuvo eliminada la publicidad comercial. Sin embargo, en 1980, en medio de una crisis económica interna, el canal emite nuevamente publicidad comercial.³⁷

A comienzos de los años 80 y hasta entrados los 90 fueron creadas algunas televisoras regionales que anticiparon la tendencia a la descentralización política de los años noventa. Tales plantas son *Teleboconó* (estado Trujillo), *Televisora Andina* de Mérida (TAM), *Amavisión* (estado Amazonas), *Niños Cantores del Zulia*, *Telecaribe* (estados Nueva Esparta, Sucre y Anzoátegui), *Televisora Regional del Táchira* (región de los andes venezolanos y parte de Colombia), *Telecentro* (estados Lara, Yaracuy y Portuguesa), ZUTV (estado de Zulia), *Telesol* (Cumaná y Sucre), NCTV (Aragua, Carabobo y Cojedes), *TVS, televisión Guayana* (sur de Venezuela) y *Telecolor* (Maracaibo y Estado de Zulia). Si bien estas iniciativas fueron inspiradas por el propósito de acercarse a las audiencias locales, en líneas generales sus resultados fueron irregulares, la misma suerte que corrieron otros canales venezolanos que transmitían por banda UHF como Globovisión o Meridiano televisión. Lloreda (2007:128).

El real auge de la televisión comunitaria llegó con el nuevo siglo. El

³⁷Extraído 27 de marzo de 2010 de <http://www.monografias.com/trabajos13/televis/televis.shtml#VENEZ>

Estado a través del Ministerio de Comunicación e Información apoyó técnica y económicamente a los canales comunitarios. El gobierno de Chávez vio en los medios comunitarios, especialmente la televisión un excelente vehículo de expresión popular, pero también de propaganda.

El Estado acompaña a los medios comunitarios desde sus inicios hasta su desarrollo y se convierte así en su principal garante y promotor. Adicionalmente la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, Conatel, mantiene un programa de respaldo técnico a todos los canales de televisión locales, consistente en darle las herramientas que permitan construir sus propias expresiones comunicacionales para romper con un monopolio mediático que lleva más de 40 años. (Lloreda.2007:131)

Desarrollo que también fue apoyado por la LOT o Ley Orgánica de Telecomunicaciones que vino a dar estatus legal a los medios locales y comunitarios sin fines de lucro. Esta normativa es importante pues también regula y autoriza la presencia de publicidad para su financiamiento, siempre y cuando esta no supere los cinco minutos por hora de transmisión.

La LOT y decretos posteriores que la perfeccionan, provocaron un verdadero auge de la televisión comunitaria. La primera televisora en transmitir bajo esta normativa fue *Catia televisión* en el 2001, ya en el 2007 totalizaban 27 televisoras comunitarias en todo el país.

Durante estos últimos años en Venezuela se vivió un proceso de democratización de las comunicaciones, un cambio de paradigma comunicacional donde radios populares, prensas barriales, agencias contra-informativas y televisiones comunitarias comenzaron a ser protagonistas de la historia, un ejercicio de poder donde la producción y gestión de los medios están en manos de las comunidades barriales y organizaciones sociales. En este movimiento de medios comunitarios y alternativos, el fenómeno de la televisión comunitaria emerge como una

experiencia representativa del proceso comunicacional. Es a través de la herramienta audiovisual y de la autogestión del canal que los vecinos y vecinas participan, se organizan y buscan soluciones a sus problemas locales. Actualmente hay más de 13 emisoras que transmiten por frecuencia de aire en diferentes regiones, desde canales campesinos en zonas rurales (Camunare Rojo televisión, Montaña televisión, Quijote televisión, etc.), hasta experiencias en barrios urbanos (Teletambores, Petare televisión, televisión Rubio, Canal Z, etc.).³⁸

El auge de los medios locales y comunitarios ha dado paso al surgimiento de organizaciones que los acogen. Así por ejemplo, surge la Asociación Nacional de Medios Comunitarios Libres y Alternativos, Anmcla y la Red Venezolana de Medios Comunitarios, RVMC.

A las organizaciones anteriores se suma la cadena Nacional de Televisiones Comunitarias o también llamada Venezuela Comunitaria creada en marzo del 2006, que agrupa a 21 televisoras que trabajan conjuntamente.

En el año 2005 existían en Venezuela 435 antenas o estaciones de repetición que lograban trasladar la emisión de un total de 54 canales de televisión, sean estos comerciales o comunitarios en las 25 entidades federales de Venezuela. Guzmán (2005:375).

Venezuela atraviesa actualmente el mejor momento para la creación de medios comunitarios, especialmente televisiones comunitarias. El auge que estos medios ha conocido ha sido marcado por la necesidad social de contar con nuevas opciones de representación. Su funcionamiento, que a la larga podría servir para que los grupos sociales tradicionalmente excluidos

³⁸ Fernández, C. (2006). La experiencia de *Catia TV*. "No Ve a Televisión, hágala". Extraído el 28 de marzo de 2010 de : <http://www.voltairenet.org/article128116.html>

diseñen y generen un discurso propio, depende del trabajo de sus usuarios. Los medios comunitarios brindan a las comunidades la posibilidad de familiarizarlas con sus procesos inherentes y garantizan su participación en la producción de símbolos mediáticos. Si bien estas empresas requieren del financiamiento del Estado para dotarse tecnológicamente, su gran resto es transformarse en entidades autosuficientes e independientes. De lo contrario, la motivación social que las anima así como su credibilidad podría verse perjudicadas. Lloreda (2006:140).

2.1.8 Historia del nacimiento de la Televisión Local en Chile

A pesar del gran éxito que tuvo la televisión en el mundo y específicamente en América Latina, Chile fue de los últimos del continente en implementar el nuevo sistema de comunicación masiva. Esto debido a factores, políticos y económicos, que dificultaron el desarrollo del novedoso modelo. Sin embargo, la necesidad de explorar la televisión como una herramienta importante para el desarrollo de la sociedad llevó a las principales universidades chilenas a experimentar en dicho campo, permitiendo su implementación, en un principio con fines netamente educativos, pero posteriormente explotando la veta de la información y el entretenimiento.

No fue sino hasta agosto de 1959 cuando la televisión llegó a Chile en gloria y majestad. El país se transformó así en el antepenúltimo de Latinoamérica, sólo antes de Paraguay (1965) y Bolivia (1969), en desarrollar el revolucionario medio de comunicación. No obstante, a diferencia de las demás naciones, donde la televisión nació al alero de privados, en Chile se potenció un sistema de corte estatal- universitario, con un marcado sentido educativo y cultural.

Las políticas económicas que comenzaron a aplicarse en Chile a partir de 1940 y que se extendieron hasta la primera mitad de la década del 70, impedían a los empresarios traer el material necesario para montar un

canal de televisión. Se trataba de la famosa Industrialización por Sustitución de Importaciones (ISI)³⁹. Barreras arancelarias que se imponían a los importadores y que hacían casi imposible traer equipamiento televisivo a Chile. Además, no había experiencias que afirmaran certeramente si era factible o no montar un sistema televisivo y si lo invertido sería recuperable. A pesar de que hubo empresarios extranjeros interesados en levantar canales de televisión y que trabajaron arduamente para ello, como en el caso de Philco⁴⁰ en 1951, el Consejo Nacional de Comercio Exterior rechazó rotundamente los petitorios, aduciendo escasez de divisas y la necesidad de realizar un estudio técnico. Asimismo, Jorge Slater, empresario norteamericano, hizo lo propio en 1956, con el fin de instalar una estación de radio- televisión e importar cerca de 30 mil aparatos receptores. Sin embargo, el Comité de Inversiones Extranjeras denegó la solicitud, diciendo que dicha inversión no reunía los requisitos de estímulo al desarrollo industrial o de mejorar la explotación de la riqueza mineral, agrícola o forestal chilena. En 1958, la empresa Cóndor Chile obtiene un permiso provisorio por 50 días, para realizar transmisiones que servirían de base para un canal comercial. Fue un proyecto donde colaboraron más de 22 personas y se invirtieron 40 millones de pesos de la época en tecnología, pero en su estreno programado para el 06 de noviembre del mismo año, se rompió una cámara de alto costo que era esencial para las transmisiones y la empresa llega hasta ahí por falta de dinero para importar otro equipo desde Estados Unidos. Hurtado (1987: 23).

³⁹ Esta política aducía a que un país en vías de desarrollo debe intentar sustituir los productos que importa por sustitutos fabricados localmente.

⁴⁰ Philco, es la síntesis de Philadelphia Storage Battery Company, empresa estadounidense encargada de la producción de aparatos de televisión y radio.

Política gubernamental

La asunción de Jorge Alessandri Rodríguez a la presidencia de la República en 1958 significó el ascenso de la derecha y el empresariado al poder político y económico del país. De esta forma se creyó que se abrirían las puertas a los privados para incursionar en la implantación de canales de televisión. Sin embargo, el presidente fue contrario a la televisión y a las peticiones de los empresarios en ese sentido. De hecho, en la revista Ercilla de Mayo de 1961, Alessandri declaraba: “Somos un país pobre. La televisión es un derroche de ricos, una válvula de escape de las divisas”.

Además de la barrera legal, existía una barrera aún más difícil de salvar, el temor a un medio de comunicación desconocido para los empresarios chilenos, que no garantizaba ganar en el incipiente mercado nacional, a pesar del éxito que la televisión había obtenido alrededor del mundo. A lo que se sumaban elevados aranceles de importación que terminaron por hacer desistir a los inversionistas, provenientes, en algunos casos, de sectores totalmente alejados de las comunicaciones y en su mayoría empresarios radiales y de medios de prensa escrita Godoy (2000:67).

El rol de las universidades

Mirada desde el punto de vista de factibilidad económica, la televisión no podía nacer de manos de otra institución o empresa que no fueran las universidades, puesto que eran las únicas instituciones capacitadas para realizar investigaciones tecnológicas. Las constantes importaciones de tecnología extranjera (Estados Unidos y Europa) le daban la ventaja liberalizadora de aranceles a la cual los privados no podían optar.

Desde el año 1952 que las casas de estudios superiores

experimentaban con la transmisión de mensajes a través de ondas hertzianas. Los departamentos de ingeniería de las universidades Católica de Santiago, Católica de Valparaíso y de Chile fueron las precursoras en las prácticas televisivas, en un principio, con fines netamente científicos y luego para la transmisión de una programación de contenidos variados.

La fase experimental se fue dando a lo largo de la década de los 50 en los tres centros de educación superior, con una capacidad efectiva, pero precaria y limitada de transmisión y producción televisiva.

El 21 de agosto de 1959 es inaugurado el canal de la Universidad Católica de Santiago. La concreción del proyecto quedó en manos de dos jóvenes egresados de ingeniería, Pedro Caraball y Jaime González, quienes a su vez fueron ayudados por Julio del Río, gerente de RCA Víctor Hurtado. (1987: 54).

En un principio, la estación televisiva de la Universidad Católica de Santiago debió transmitir a través del canal 2, quedando definitivamente, en 1961, en la señal 13 que ostenta hasta la actualidad. Dicho año 61, el canal realiza una serie de cambios, principalmente en infraestructura y se importaron equipos de mayor potencia desde el extranjero.

Al día siguiente de inaugurada la estación *UCTV*, el 22 de agosto de 1959, sale al aire el canal de la Universidad Católica de Valparaíso, que sentó el precedente de la televisión local en Chile. A *UCVTV* se le otorgó, al principio la señal 8 del Very High Frequency (VHF) en Valparaíso, pero al poco tiempo se transformaría en el canal 4.

A pesar de haber sido inaugurada un día después, la Universidad Católica de Valparaíso fue la primera en realizar una transmisión de ondas hertzianas en el país. Ésta se realizó en octubre de 1957, durante la inauguración de un nuevo pabellón científico para la casa de estudios. El

magno evento fue visto a través de una pantalla ubicada en la plaza Victoria, ubicada a 1.350 metros de la casa central de la UCV. (CNTV, 2008).

Un año más tarde, el 4 de noviembre de 1960, la Universidad de Chile puso en marcha su proyecto televisivo analizado durante años. El trabajo de los ingenieros de dicha casa de estudios fue fundamental para el lanzamiento de la nueva estación. No obstante, el trabajo le fue encomendado desde un principio al secretario general de la universidad, Álvaro Bunster, a quien se le encomendó proveer a los expertos de los elementos necesarios para la puesta en marcha. Hurtado (1987: 81).

El mundial de Fútbol de 1962 celebrado en Chile incrementó el parque de aparatos de televisión de 5 mil a 20 mil sólo en Santiago. De ahí que los tres únicos canales de televisión realizaran esfuerzos sobrehumanos para mejorar sus equipos y su capacidad de producción para transmisiones en directo en Santiago, Valparaíso y las demás provincias. *Canal 13* adquirió un equipo completo desde Estados Unidos, el 9 un equipo móvil, mientras que *UCV* aprovechó los equipos de televisión mexicanos para lanzar una señal desde una unidad móvil, todo ello con la intención de poder transmitir los partido de fútbol a los ciudadanos.

La estación TVN

Con el ascenso de Eduardo Frei Montalva a la presidencia de Chile, el 4 de noviembre de 1964, la televisión experimenta importantes y radicales cambios, los cuales se ven reflejados principalmente en su forma de operar y en los contenidos que transmite. Además, Frei le da una gran relevancia a la televisión por su alta capacidad de socializar e integrar, algo que el nuevo presidente vería como una oportunidad para impulsar cambios en la manera de gobernar.

A diferencia de su predecesor, quien no le dio mucha importancia a la televisión, obstaculizándola a más no poder, el nuevo mandatario realizó fuertes inversiones para asegurar su modernización tecnológica, su inclusión al sistema internacional de telecomunicaciones vía satélite y expandir su recepción a nivel nacional, lo que se materializó con la creación de una red nacional de televisión. Después de una serie de emisiones experimentales en Circuito Cerrado, durante 1968, el 18 de septiembre de 1969 nace *Televisión Nacional de Chile* (TVN) dando origen a TVN. Estación que surge con una amplia y moderna infraestructura en equipamiento, montando una red con cobertura nacional. Al disponer de un presupuesto asignado por el gobierno, seleccionó un sólido equipo de recursos humanos, capacitándolos en el exterior Orozco (2002:167).

A finales del gobierno de Eduardo Frei, en el año 1970, Chile contaba con tres emisoras universitarias de carácter regional, pues sólo transmitían en Valparaíso y Santiago y una red nacional de Gobierno, destapando la producción de televisores en el país la que experimentó una importante alza, de 71 mil receptores en 1965 a 174 mil que se contaban en 1967. Dejando en claro el cumplimiento de expectativas de desarrollo industrial con el que Eduardo Frei Montalva llegó al poder.

Después de 10 años de supremacía, la televisión universitaria quedó supeditada a un segundo plano. TVN nació expandida a regiones, algo que las casas de estudios debieron ver con impotencia, ya que no había canal que se le comparase a la red estatal en cuanto a alcance de señal y no lo habría dentro del mandato Frei, debido a que el gobierno no estaba dispuesto a otorgarle a las universidades los permisos correspondientes para operar en provincias.

Canales universitarios en regiones

Entrado 1970 se habla de un impulso de la televisión. Dicha expansión está relacionada con la ampliación de señales de los canales de televisión universitarios en una especie de repetidoras en ciudades claves del país. Repetidoras que con el tiempo pudieron ir incorporando programación propia, especialmente noticias, en la señal que llegaba desde la capital. Así, entre 1970 y 1975, la Corporación de Televisión de la Pontificia Universidad Católica (televisión UC) creció fuera de los límites capitalinos con la edificación de sus canales en Valparaíso, San Fernando y Concepción. El año 1975 la Universidad Católica de Valparaíso (UCV Televisión) se expandió hasta la Región Metropolitana y también a la Región de Coquimbo. Asimismo, aunque con mayores dificultades, la Corporación de Televisión de la Universidad de Chile (U Televisión), abrió fronteras hacia Valparaíso, pero en poco tiempo debió contraerse hacia la Región Metropolitana.

No obstante, a pesar de haber montado definitivamente señales locales, a los canales universitarios no les fue tan fácil llegar a expandirse y transformarse en competencia de Televisión Nacional. Por un lado, Canal 13 debió solucionar sus conflictos internos y luego enfrentar al gobierno de la UP. El presbítero Raúl Hasbún fue nombrado a fines de 1971 como director ejecutivo de la estación. Desde allí mantuvo una lucha férrea con el oficialismo para así contrarrestar el monopolio de televisión en provincias. De hecho, en una acción considerada ilegal por el gobierno de Allende, Hasbún montó en 1973 un canal transmisor en Talcahuano (Canal 8), algo que provocó, además de un conflicto legal, uno teñido de extrema violencia, ya que un intento de parte del Gobierno por frustrar las transmisiones de la nueva señal, provocó una respuesta de parte de Canal 13 que terminó con el asesinato de un trabajador de la Superintendencia de Servicios Eléctricos en Concepción, por parte de un grupo paramilitar, contratado por la estación. Aún así, la nueva señal continuó transmitiendo. A su vez, el canal de la Universidad de Chile, abrió una estación en Valparaíso, pero terminó

allanado por la fuerza pública. Hurtado (1987:321).

La televisión en dictadura

Antes de expirar el gobierno de Salvador Allende, la televisión estaba tan politizada que se establecieron tres frentes de dominio televisivo. Uno lo componía el canal 9 de la Universidad de Chile, cuya marcada tendencia de extrema izquierda le traería consecuencias muy desastrosas. Estaban también las emisoras de derecha, compuestas por las universidades Católica de Santiago y Católica de Valparaíso, las cuales se dedicaron a generar oposición al gobierno de la Unidad Popular. Y la estación estatal (televisión), que se mantuvo en el centro del conflicto, debido a su estructura de poder⁴¹. Godoy (2000:74).

Con la llegada del régimen militar, los canales de televisión sufrieron importantes cambios estructurales, principalmente en el manejo de las estaciones y en los contenidos emitidos. Los objetivos primordiales con los que nació la televisión y en los que se sustentó hasta 1973 (educar masivamente, informar con objetividad e imparcialmente y entretener sanamente) fueron abolidos junto con la autonomía universitaria, el pluralismo político y el sistema mixto de financiamiento. (Ceballos y Valenzuela, 1998).

Los canales debieron actuar de acuerdo a los planteamientos del régimen y en especial *Televisión Nacional de Chile* que fue utilizada para apaciguar cualquier manifestación contraria al mandato militar. Los primeros cambios realizados por el gobierno de Pinochet se vieron en el *Canal 9* de la Universidad de Chile y en la propio *TVN*, estaciones que

⁴¹ El directorio de TVN estaba compuesto por siete integrantes, dos elegidos por el Congreso, dos por el CNTV, uno por los trabajadores del canal, uno por el Presidente de la República en acuerdo con el Senado y otro designado sólo por el presidente de la República.

fueron ocupadas rápidamente por tropas militares, tomando el control técnico y editorial de muchos medios, incluidos los dos anteriores.

La Secretaría General de Gobierno, por orden de la Junta, desligó al Ministerio de Educación de la tarea de hacerse cargo de la televisión. Esta medida dejó entrever que el objetivo de la televisión ya no sería educar a la sociedad, sino informar todo aquello que hiciera la Junta Militar⁴².

En 1976, el Ministerio Secretaría General de Gobierno creó una entidad de control de los medios de comunicación masiva, denominada Dirección Nacional de Comunicación Social (Dinacos), que establecería un control de la línea editorial e informativa directo de todos los *Mass media*.

A raíz de la crisis económica que se vivió en Chile durante la década de los 70, el gobierno de Augusto Pinochet dictó un decreto que abolió el artículo 15 del reglamento anexo a la ley de televisión. Dicha ley establecía que la tanda publicitaria no podía interrumpir los programas en emisión, por lo que toda propaganda se emitía antes o después del programa mismo. El objetivo de la abolición era que los canales pudieran transmitir mayor cantidad de comerciales para así llegar a la instancia de autofinanciamiento, que eliminaría la ayuda gubernamental hacia las estaciones televisivas.

Atrás quedó el sistema de servicio público que establecía la ley en aras de una televisión más educativa y cultural. La pantalla chica se saturó con avisos y los contenidos que se emitían eran en su mayoría de entretenimiento. Godoy (2000: 76).

El impacto de las transformaciones introducidas por el gobierno militar fue muy fuerte. En 1972, el subsidio representaba un 30 % del presupuesto

⁴² De hecho, el Ministerio Secretaría General de Gobierno es la entidad encargada de la vocería del mismo. Fue utilizado como vehículo principal de información del gobierno de Augusto Pinochet.

con el que contaba *Canal 13*, el operador más exitoso en lo comercial. Para el ex canal 9 de la Universidad de Chile, al cual se le cambió la frecuencia a la 11 para terminar con su imagen de izquierda, dicho subsidio representaba el 60 % de su ingreso total Fuenzalida. (1984:171).

Con el régimen, la televisión alcanzó un alto nivel de competitividad, debido a la necesidad de alcanzar más avisaje. Además, con ello aumentó la cantidad de programas de entretenimiento, que en su mayoría eran películas y series envasadas del extranjero. En 1976, el material chileno alcanzó su punto más bajo en la historia, de apenas un 16 %. Dicho aumento publicitario se tradujo también en el incremento que tuvieron los canales en su horario de transmisión. A comienzos de los años 80, TVN como TVUC atraían más del 80 % de los ingresos publicitarios y los canales más pequeños se convirtieron en actores secundarios incapaces de mellar el duopolio dominante. Godoy (2000:77).

A pesar de las restricciones y de la nueva modalidad de financiamiento de los canales, las estaciones universitarias lograron acceder a la expansión territorial de sus señales. Los intentos fallidos hasta el año 1972, por fin se concretaron y así se pudo terminar con el monopolio televisivo de televisión. Canal 13 puso en funcionamiento su estación en Concepción *Canal 5* y gracias a una alianza con la Universidad Católica del Norte pudo alcanzar cobertura en Arica, Iquique y Antofagasta⁴³. UCV Televisión también se vio beneficiada y logró extender su cobertura hasta el Área Metropolitana a través de la señal 5. Por su parte, la Universidad de Chile logró ampliar su cobertura hasta la Región de Valparaíso. Godoy (2000: 77).

Todos aquellos cambios y las nuevas tecnologías incorporadas por los canales tuvieron como consecuencia una gran competitividad y eficacia de

⁴³ El canal de la Universidad Católica del Norte se creó el 4 de febrero de 1973, bajo el nombre de *Telenorte*. En sus inicios sólo transmitía en Antofagasta, pero 2 años después se extendió a Arica.

las estaciones de televisión. Sin embargo, el sistema televisivo seguía concentrado en Santiago y las alternativas locales casi no existían.

Privatización de la televisión

El establecimiento de la Constitución Política de 1980 ayudó en sobremanera a la inserción de la televisión privada al sistema chileno y rompió definitivamente con el monopolio estatal- universitario. Claro que, a pesar de que en el papel estaba contemplada la posibilidad de crear nuevas estaciones con capital privado, los empresarios veían con mucha reticencia la viabilidad de levantar un canal propio, ya que el régimen militar impediría que éstos operaran libremente y, a cambio, los utilizarían como una herramienta más para el dominio de las comunicaciones.

En 1989 el régimen introdujo un último cambio en el sistema televisivo del país, la Ley 18.838, que entre otras cosas abrió el campo de acción a todos, nacionales y extranjeros, permitiéndoles establecer estaciones de televisión, sin mayores impedimentos. El régimen anunció que la privatización, la desregulación y la competencia de mercado aumentarían radicalmente la capacidad de elegir y la calidad de programas, así como los niveles de satisfacción de los televidentes. Godoy (2000:84).

Los primeros pasos de la Televisión Local

En la práctica se podría decir que la televisión chilena nació siendo netamente local, ya que hasta 1969, cuando inicia sus transmisiones *televisión*, los canales de las universidades Católica de Santiago, Católica de Valparaíso y la Universidad de Chile no podían transmitir más allá de

sus fronteras geográficas⁴⁴ y tenían programas de producción propia. Tampoco se dio lugar a la creación de nuevas estaciones universitarias, a pesar de que existía un gran interés por parte de las casas de estudio de provincias para experimentar con el nuevo medio de comunicación. De hecho en la Región de Antofagasta el *Canal 3* de la Universidad del Norte, un 11 de noviembre de 1966 pretendió lanzar sus transmisiones experimentales. Sin embargo, una orden superior de Gobierno prohibió el nacimiento de la televisión en la zona, indignando a toda una población, que poseía aproximadamente cien aparatos receptores. A esos intentos se sumarían otros como la iniciativa de la junta de adelanto de la ciudad de Arica, que hizo las gestiones necesarias ante el Ministerio del Interior, pero también fue frustrada. Hurtado (1987:185).

Simón Bolívar: la revolución privada

Hasta el 10 de septiembre de 1960 no se conocía otro sistema televisivo que el desarrollado por las principales universidades de Santiago y la Católica de Valparaíso. Sin embargo, en la capital, durante 20 días, una idea publicitaria pondría al aire una señal fuera de las facultades de ingeniería, cuyo precursor fue Jorge Loyola, por aquel entonces, jefe del Departamento de Televisión de la empresa Mercadotécnica y Gigante. Dicho proyecto fue financiado netamente por privados, específicamente por los dueños de establecimientos comerciales de calle Estado, quienes instalaron en sus vitrinas aparatos receptores a través de los cuales era posible ver un programa diario de una hora de duración.

Para que no hubiera sanción de parte del gobierno alessandrista, Loyola utilizó el resquicio de transmisión por cable, la que no estaba sujeta

⁴⁴ Si bien a mediados de los 60 los canales universitarios ya tenían la capacidad técnica para ampliar su señal, el interés de reformar el sistema televisivo por parte del presidente demócratacristiano, Eduardo Frei Montalva, coartó todo intento de expansión.

al control de Servicios Eléctricos. La revolucionaria implementación televisiva era una forma de protesta para que el presidente Alessandri permitiera la creación de canales privados. Pero la idea no prosperó. No obstante, Jorge Loyola no se quedó de brazos cruzados y gracias a la iniciativa de Antonio Jaén, gerente general de radio Simón Bolívar de Concepción, llega a la ciudad penquista para implementar allí su idea. Serían meses de arduo trabajo y principalmente de adiestramiento, ya que se utilizó a los mismos funcionarios de la radio para que manejaran los equipos de producción televisiva. Es así como el 18 de octubre de 1961 nace el primer canal de televisión privado del país y la segunda estación local, después de *UCVTV*, claro que en circuito cerrado por razones netamente legales.

TV Bolívar, como se le llamó al naciente canal penquista comenzó sus transmisiones, utilizando las líneas de cable coaxial, similares al sistema telefónico, el cual logró cubrir, aproximadamente de manera satisfactoria, cinco kilómetros a la redonda. (Gómez y Ovalle, 2003).

El canal comenzó a transmitir para alrededor de ocho televisores, ubicados en distintos puntos de Concepción. Además, hubo otros 15 aparatos receptores que alcanzaban la señal, los cuales pertenecían a particulares. De acuerdo a las pretensiones de Antonio Jaén, la ubicación de televisores alrededor de la ciudad serviría para que hubiera más gente interesada, tanto en comprar aparatos como en recibir la programación, lo que significaría suscribirse a televisión Bolívar. No obstante, jamás hubo personas interesadas en ver la televisora local, producto del alto costo de la suscripción⁴⁵. (Gómez y Ovalle, 2003)

Dentro de la programación de *Televisión Bolívar* se destacaban los

⁴⁵ La suscripción estaba avaluada en 30 escudos, cifra que se igualaba con el valor de los arrendamientos de casas- habitación más cara de la época, los que fluctuaban entre los 30 y 39.9 escudos.

noticiarios locales, que eran una adaptación para televisión de las noticias radiales. Además, se producían varios programas en vivo, consistentes en representaciones artísticas e informaciones de utilidad pública. Pero gran parte de las emisiones correspondían a programación cultural, la que le imprimía un sello educativo parecido a los canales universitarios.

A pesar del éxito que estaba teniendo el canal y el impacto causado a nivel nacional, *televisión Bolívar* cerró sus transmisiones después de seis meses de arduo trabajo. Las causas de la clausura de emisiones son varias, destacándose una económica, una política y otra técnica. Dentro de la económica, se baraja que el alto costo de las transmisiones, la falta de interés por las suscripciones y los bajos dividendos que veían los empresarios que se publicitaban a través de la estación; sólo generaban pérdidas y no se veía ganancia alguna.

La razón política dice relación con la que sería la última transmisión de *TV Bolívar*. En abril de 1962 el canal emitió los entretelones de la Feria Agrícola Zonal del Bío- Bío (Ferbio), aprovechando el circuito cerrado del establecimiento en el que año a año se desarrollaba. De esta forma y en un prodigio técnico para la época, la señal captada en la feria llegaba hasta la radio *Simón Bolívar* y desde allí se traspasaba a la estación de televisión. La prensa capitalina se sorprende con el hecho y lo comentan profusamente en la capital. Las autoridades gubernamentales sienten que la acotada experiencia penquista está tomando “mucho vuelo y decretan su inmediata clausura”. Hurtado (1987:33).

En tanto, la teoría del cierre por problemas técnicos se ampara en las limitaciones que presentaba el canal a la hora de transmitir. De hecho la estación se destacaba por la improvisación, tanto del personal que trabajaba en él como en la adaptación de los equipos para su correcto funcionamiento. Esto último permite hacer hincapié en la constante interrupción de las transmisiones diarias producto de las fallas técnicas. El

gran problema era, entonces, el importar repuestos desde Estados Unidos cuando el original se averiaba, algo que reportaba como costo de oportunidad el dinero y el tiempo que se debía emplear para la solución.

Luego de la revolucionaria incursión de la radio *Simón Bolívar* en el sistema televisivo, pasarían cerca de 12 años para que por fin se vieran las primeras luces de una televisión alejada del gran bastión capitalino. El 4 de febrero de 1973 Canal 13 instaló una estación televisiva en la zona norte *Telenorte*, a través de una alianza con la Universidad Católica del Norte sede Antofagasta. El nuevo canal comenzó a transmitir en la señal 3, la misma que ocupó en 1966 para poder salir al aire como estación televisiva experimental, pero que jamás se concretó. El 21 de mayo de 1975, dicha señal se expandió hasta Iquique y un año más tarde lo haría hasta Arica, dejando de ser así una televisora local, convirtiéndose en una red regional, cuyo primer hito fue transmitir la primera Teletón en colores. La televisora *Telenorte* realizó en un principio retransmisiones diferidas de los programas de moda en Santiago. No obstante, rápidamente se transformaría en una alternativa de información y entretenimiento con acento en lo regional, brindando programas y noticieros locales en cada una de sus estaciones nortinas.⁴⁶

Cuatro días después del nacimiento de *Telenorte*, específicamente el 8 de febrero de 1973, y a raíz de la realización de las elecciones parlamentarias de marzo de ese año, UC TV extendió sus transmisiones hasta Concepción. El precursor, tanto de la iniciativa nortina como de la penquista fue el sacerdote Raúl Hasbún, quien en un afán en extremo contrario al gobierno de la Unidad Popular, se saltó toda la legislación impuesta (Ley 17.377) y abrió la estación televisiva universitaria en la Perla del Bío- Bío.

⁴⁶ Extraído el 5 de abril de 2010 de: www.wikipedia.cl

Por aquellos años, “Canal 5 (UCTV) representaba una respuesta a la única visión que en ese momento presentaba Televisión Nacional de Chile, medio de Gobierno que desde 1969 llegaba a Concepción y como oposición al régimen de la Unidad Popular (UP). Hurtado (1987:352).

Desde el inicio de sus transmisiones, Canal 5 fue catalogado por la UP como ilegal. De hecho, publicaciones de la época señalaban que la estación debía suspender sus transmisiones, ya que por orden gubernamental, éstas no estaban permitidas. (Caroca, 2003).

El noticiero *Telecinco* fue el primer programa de factura local transmitido por *Canal 5*. Nació en 1973 y se convirtió en lo más importante para la estación. Al año siguiente se emitió un programa misceláneo que salía al aire durante las tardes (13.00 horas) y que se realizaba con invitados de gran connotación social en Concepción. También se emitió en esta época un programa infantil llamado “El rincón del Tío Álvaro”, lo que demostraba la gran capacidad de producción de la televisora.

La competencia con *televisión* por alcanzar una cobertura más amplia se emparejaba cada vez más. Según Sergio Candia, citado por Caroca (2003:40) señala que:

Canal 13 se extendió primero a San Fernando y después a Concepción y así empezó a crecer. La televisión se creó con la misión de estar en todo Chile, entonces, si Canal 13 quería competir de forma igualitaria debía tener la misma cobertura. La competencia ya estaba por audiencia y publicidad.

La asunción del gobierno militar fue el alivio que necesitaba *Canal 5* para seguir funcionando. Su marcada tendencia de derecha le permitió transmitir con cierto grado de libertad, aunque siempre existió la motivación por parte de las Fuerzas Armadas de figurar en la programación de la estación. (Caroca, 2003).

Queda claro que los primeros vestigios de televisión local están sujetos a los principales canales de las décadas de los 70 y 80 (televisión y Canal 13). Sin embargo, la factura programática de provincias era distinta entre las dos señales. Por un lado estaba *Televisión Nacional*, que en un afán por extender su frecuencia y la política del gobierno de turno, transmitía de Santiago a regiones, coartando la programación propia del lugar de emisión. Por el otro lado se encontraba *Canal 13*, que luchando por mantener sus transmisiones a la par con la red estatal, permitió la gestación de una parrilla propia de provincia, como se demostró con la señal 3 de *Telenorte* y Canal 5 de Concepción, entre otras⁴⁷.

Al término de la década de los 70, existían en Chile 5 redes televisivas, 2 con cobertura nacional (*televisión* y *UCTV*) y 3 con alcance regional (*UCHTV*, *UCVTV*) y la *Red de Televisión de la Universidad del Norte*. (Fuenzalida, 1984).

Necesidad por transmitir ideas locales

Terminada la década de los setenta y comenzada la de los ochenta, la televisión tenía una marcada característica centralizada, incapaz de segmentarse en contenidos regionales. Para los dueños de los canales, no existía más cultura que la impuesta por la Región Metropolitana, salvo excepciones como Valparaíso, alcanzada por UCV, y las regiones de Tarapacá y Antofagasta que a través de la estación de la Universidad del Norte podían expresar sus propias ideas, imprimiendo el sello de la identidad nortina.

Se idea y se programa como si Chile fuese una cultura homogénea; para el director tradicional de televisión, el receptor es 'la masa' anónima,

⁴⁷ También hubo, en esta época, una ampliación de la señal de Canal 13 hacia San Fernando y Valparaíso, donde se mostraron algunos programas de factura local.

sin rostro e indiferenciada. Sin embargo, la realidad cultural es otra: tenemos alrededor de un 20 % de población rural y Chile no sólo es una 'loca geografía', sino un conjunto de subculturas regionales con identidades diferentes. Fuenzalida (1984:68).

La regionalización comenzó a tomar fuerza a finales de la década de los ochenta, precisamente cuando el régimen militar estaba cediendo su supremacía a la democracia. Durante este período comenzaron a emerger nuevos procesos televisivos experimentales que terminaron por solidificarse, transformándose en canales de televisión. Dicha emergencia tuvo sus cimientos en las universidades, específicamente en la Universidad Austral de Valdivia y en la Universidad de Concepción.

Si bien el canal de televisión de Universidad Austral nació en 1986, las gestiones comenzaron en 1978, cuando las autoridades de dicha casa de estudios solicitaron una cotización por equipos de transmisión. Al año siguiente, se invirtieron cerca de 150 mil dólares en equipamiento, con el objetivo de crear el Centro de Teleducación, cuyo fin era la grabación de programas de apoyo para la docencia impartida en sus distintas facultades. (Vargas, 1992).

La universidad otorgaba anualmente 300 mil pesos al año para sustentar el centro, que gracias a la venta de programas a distintas facultades o escuelas, recibía otro tanto para gastos de operación. No obstante, el departamento de Teleducación comenzó a tomar ribetes más amplios, los cuales permitieron percibir la posibilidad de instalar un canal de televisión que sirviera a los valdivianos para verse reflejados en él y forjar una identidad aún más fuerte⁴⁸.

⁴⁸ "Perspectiva" fue el primer noticiero que emitió el canal. Aprovechando una sala de cine de la universidad, se pudo percibir la buena reacción del público al ver las noticias que pasaban a su alrededor, lo que potenció aún más la idea de montar un canal de TV.

Entonces en julio de 1986, el *Canal 11* de la Universidad de Chile firmó un convenio con la casa de estudios Austral que permitiría utilizar la frecuencia 10 para transmitir la programación santiaguina. Claro que los programas de *UCHTV* llegaban a Valdivia con una semana de retraso. Pero a pesar de ello, los contenidos de *Canal 11* representaban el 80 % de las transmisiones de la estación local, dejando sólo un 20 % a la factoría de *UACHTV*. El convenio, no obstante, duró hasta 1993, cuando la Red de Televisión de la Universidad de Chile (RTU) pasó a llamarse *Chilevisión*. Así, la estación de la Universidad Austral se transformó sólo en una repetidora a tiempo completo de la señal proveniente de Santiago, perdiendo su naturaleza de local.

Por su parte los intentos de parte de la Universidad de Concepción por montar un canal de televisión, se remontan a comienzos de la década de los sesenta, cuando David Stichkin, rector de dicha casa de estudios realizó las primeras gestiones para obtener una concesión televisiva. Las conversaciones se llevaron a los más altos estamentos de Gobierno, sin embargo, la respuesta siempre fue negativa, ya que se temía que la universidad utilizara el medio de comunicación como una forma de salvaguardar los intereses particulares de la masonería (Castelli 1994). Pero la casa rectora no se daba por vencida y en noviembre de 1964 solicitaron una cotización a una empresa alemana para una posible adquisición de equipos. Aún con eso, la compra fue denegada nuevamente por el Gobierno.

Pese a ello, en 1977 se creó la productora Televisión Educativa (TVE), que se encargaba de elaborar material académico y reportajes para las emisoras de UCTV y TVN⁴⁹.

Ya en 1989, el rector de ese entonces, Augusto Parra, creó una

⁴⁹ Para Canal 13 se elaboraron los programas *Campanil Universitario* y *Teletiempos Regional*. En tanto para la red estatal, se realizaron *Especial de la Octava Región* y *Campus*".

comisión que evaluaría la posibilidad de montar un canal de televisión bajo todas las normas que estipulaba la Ley. Es así como pasados cuatro años, específicamente el 5 de septiembre de 1993, inició sus transmisiones el canal de la Universidad de Concepción, como parte de la grilla que ofrecía la empresa Video Cable Concepción. Así funcionó la estación en la frecuencia 11 hasta el 4 de abril de 1997, cuando el *holding* Octava Comunicaciones consiguió una concesión para transmitir a través de señal abierta en el mismo canal.

El gobierno centralizado impuesto por el régimen militar hizo casi nula la creación de nuevas estaciones televisivas. Salvo algunas aventuras universitarias regionales, no hubo un mayor afán por crear canales, ya que el carácter impositivo del gobierno lo impedía. El temor se manifestó en la posibilidad de que cualquier iniciativa sería rápidamente utilizada por el régimen para fines propagandístico gubernamental. Pero en los últimos años del gobierno dictatorial y con la aparición de la televisión por cable, se abrió una nueva ventana para los visionarios que veían en la televisión local una buena alternativa de negocio.

La importancia del cable

El cable fue introducido a Chile por la empresa Intercom en 1987, pero su masificación comenzó en la década de los noventa con la llegada del conglomerado argentino Metrópolis. Actualmente existen aproximadamente 27 operadores de cable en el país. No obstante, hasta 2004 el 90 % se concentraba entre VTR y Metrópolis Intercom. A finales de ese año, VTR y Metrópolis se fusionaron, quedando la competencia entre la nueva fusión VTR Globalcom S. A. y Telefónica.

La oportunidad que entregó el cable a la televisión local, se basó en la imposibilidad legislativa de los privados para emitir por televisión abierta.

Así, a pesar de que la televisión de pago llegó en 1987, fue en la década de los '90 cuando comenzaron a emerger las primeras estaciones televisivas en el resquicio técnico por cable. Han pasado más de 16 años y actualmente cerca de un 75 % de los canales utiliza este vínculo como fuente de transmisión para llevar su señal, ya sea en forma exclusiva o bien combinando cable y televisión hertziana, lo que se explica principalmente por el congelamiento del radioespectro eléctrico que congeló las concesiones UHF en octubre del año 2000, por lo que actualmente cualquier iniciativa de televisión local tiene como única alternativa el operador de cable de su localidad.

2.2. Televisión Local: Televisión ilegal, pero legítima

2.2.1. Las primeras leyes de Televisión en Chile

Tuvo que pasar un año de las primeras transmisiones oficiales de televisión en Chile, para que el gobierno comprendiera la necesidad de regular el desarrollo y evolución de la televisión en el país. Así surge el Decreto Ley N° 7.039, que fuera dictado el 28 de Octubre de 1958, y mediante el cual se da inicio al sistema de concesiones en el espacio radioeléctrico. A esta norma, la que tiene más bien carácter administrativo, se le denominó “Reglamento de Estaciones de Radiocomunicaciones que Utilicen Frecuencias Superiores a 29,7 Megaciclos por Segundo”. Dicho decreto facultaba a la Dirección de Servicios Eléctricos, la posibilidad de asignar una banda de frecuencia a una serie de servicios inalámbricos, entre los que se contaban los fijos, móviles, de televisión, de radiodifusión FM, de radionavegación aeronáutica y de radioaficionados. Estos permisos no podían exceder los 10 años de vigencia, aunque si eran renovables Sierra (2006:116).

Entre los artículos más interesantes del Decreto y que marcaría la historia de la Televisión en el país, destaca el Artículo N° 24 que sostiene que:

Las Universidades existentes o las que se creen en el futuro, podrán solicitar concesiones para instalar y poner en funcionamiento estaciones radiodifusoras (incluyendo a la Televisión) educacionales en todas aquellas ciudades donde existan Escuelas Universitarias.

Las concesiones, según expresa la norma en su artículo 8, serán otorgadas por Decreto Supremo y serán de duración indefinida, excepto las de radiodifusión sonora y de Televisión las que tendrán un plazo de 15 años, salvo que el interesado solicite un plazo menor.

La solicitud de concesión para poder instalar y poner en funcionamiento estaciones radiodifusoras o de televisión con carácter educacional, deberá ser firmada por el Rector de la institución, acompañando copia de la parte pertinente del acta de sesión del Consejo Universitario o Directorio que lo autorizó para presentar la solicitud en ese sentido. Estas concesiones y sus bienes afectos no podrán arrendarse, transferirse ni gravarse de manera alguna, como tampoco el derecho de explotación de la radiodifusora o de televisión. La contravención a esta disposición determinará la caducidad de la concesión, sin más trámite y lo que es peor, sin apelación posible.

El 24 de Julio de 1959, vale decir un año más tarde, se dictó el Decreto con Fuerza de Ley, DFL 4, también conocido como *Ley General de Servicios Eléctricos*, donde se establecía, entre otras, la necesidad de obtener concesiones para así establecer, operar y explotar Estaciones de Radiocomunicaciones y de Radiodifusión, incluyéndose aquí a la Televisión; convirtiéndose esta norma, en la primera en referirse a ella en términos específicos. Estas concesiones se entregaban al operador por plazos de entre 30 y 90 años.

La Televisión fue desarrollándose lenta pero sostenidamente y su influencia en la opinión pública fue notoria. El 11 de julio de 1964, Jorge Alessandri, Presidente de la República en ese entonces, impone fuertes restricciones a los medios al dictar la Ley 15.476, también conocida como *Ley Mordaza* la justificación fue la de cautelar el bien público y el orden institucional. (Prenafeta, 1993). Ello llevo a que durante prácticamente toda la década del 60, existieran sólo tres canales al aire, todos ellos universitarios y que corresponden a los canales de la Universidad Católica de Valparaíso (UCV-televisión), la Universidad de Chile (UCH-televisión) y La Universidad Católica de Chile (UCTV).

El 18 de Septiembre de 1969 se crea Televisión Nacional de Chile Ltda. A través de un convenio entre Corfo, Chile Films y ENTEL. Este canal tenía la particularidad de poseer cobertura Nacional aprovechando la Red troncal que poseía ENTEL.

Ley 17.377

Después de poco más de 10 años de que la televisión funcionara en la “ilegalidad”, el 24 de octubre de 1970 se aprobó la ley sobre televisión, aquella última ambición de Eduardo Frei Montalva, que alcanzó a promulgar a 10 días de entregar su mandato al socialista Salvador Allende. Dicha normativa vendría a ser conocida como la Primera Ley de Televisión propiamente tal que rige en Chile. Sus artículos son bastante restrictivos y la propiedad de los medios se acota al Estado y a instituciones académicas, con el fin de elevar el nivel cultural de la población, perseguir fines educacionales y promover los valores colectivos. Dentro de los artículos a destacar, está el N° 1 donde se crea el Registro Nacional de Telecomunicaciones como herramienta básica para la planificación del desarrollo de las telecomunicaciones, como la administración de las mismas. Así mismo, en el artículo N°2 restringe para operar y explotar canales de televisión, sólo a televisión y a las universidades Católica de Santiago, Católica de Valparaíso y Universidad de Chile, dentro del radio en que operaban en ese entonces, lo que les imposibilita de crear sucursales en regiones. Cualquier otro medio ajeno a estas instituciones será ilegal tal y como se consigna en el artículo N° 4 de la Ley.

En cuanto a la propiedad, se produce un conflicto entre la reforma constitucional realizada en enero de 1971⁵⁰ y lo que dictamina La ley 17.377⁵¹. Esto debido a que la ley es más específica en cuanto a la

⁵⁰ Para mayores antecedentes véase Brunner et al., 1995, p.53

⁵¹ *Ibidem*.

propiedad, operación y explotación de los canales de televisión.

A raíz de dicha ambigüedad jurídica y la falta de una interpretación clara de ambas leyes, se crearon una serie de conflictos con las universidades. Por un lado, *Canal 13* vio la posibilidad de extender su señal a Concepción, amparándose en lo estipulado en la norma constitucional. Y por otro lado, la Universidad Técnica del Estado aprovechó para inaugurar su propio canal de televisión, el 6 de abril de 1973, gracias a la 17.377⁵², que dejaba en claro que todo nuevo canal debía ser autorizado por ley .Hurtado (1987:318).

El financiamiento de los canales de televisión se estableció con un sistema mixto con el objeto de reforzar el carácter público del medio. De acuerdo a ello, los canales de televisión debían, por un lado, autofinanciarse con los ingresos percibidos por concepto de publicidad y por el otro, el Estado destinaría recursos del presupuesto de la nación y leyes especiales para mantener las estaciones televisivas en pie. (Brunner et al., 1995).

Sin embargo, “dicha fórmula subestimó los aspectos económicos de la industria, ya que al poco tiempo los canales estaban estrangulados por el limitado fondo público y las restricciones a la publicidad”. Godoy (2000: 73).

Finalmente, el control del sistema televisivo chileno quedó en manos del Consejo Nacional de Televisión (CNTV), organismo encargado de la orientación, supervigilancia y fiscalización de la televisión chilena. Al CNTV además se le facultó para controlar todo aquello que se emita en los canales de televisión, especialmente parrilla programática y emisión de publicidad y propaganda, en las que se establecían porcentajes mínimos y

⁵² La Superintendencia de Servicios Eléctricos y de Gas autorizó al plantel de educación superior a realizar sus propias emisiones a través de la señal 11. “Historia del video en Chile”. Extraído 10 abril de 2010 de :<http://www.umatic.cl>

máximos. Dichas normas no van referidas, eso sí, a los contenidos establecidos por las propias estaciones, las cuales elegían libremente lo que se transmitía.

A pesar de las buenas intenciones que tuvo el aparato legislador para dictar la primera ley de televisión, ésta sólo duró tres años, hasta el golpe militar. Posteriormente la Ley 17.377 se ajustaría de acuerdo a los principios del nuevo Gobierno, tan profundamente, que la televisión quedó al completo dominio de la Junta Militar.

Cambios a la Ley

Tras tres años en el gobierno, el 11 de Septiembre de 1973, se produce el golpe militar que derrocaría al Presidente Salvador Allende, junto con ello se disuelve al Congreso Nacional y una junta militar asume el poder legislativo iniciando una serie de normas de excepción que conculcan una gran parte de los derechos ciudadanos y entre ellos a la libertad de expresión y de difusión de informaciones. Los canales de televisión se ven fuertemente intervenidos en especial Televisión Nacional que se transforma en parte fundamental del aparato comunicacional del nuevo régimen.

Es entonces cuando la universidad Católica adquiere la categoría de Pontificia y así logra cautelar su independencia y la de sus bienes, entre ellos el *Canal 13* que operaba en la capital del país.

El 24 de Diciembre de 1973 se promulga el Decreto Ley N° 229, que crea el *Registro Nacional de Telecomunicaciones*, institución que tiene como finalidad satisfacer la necesidad de tener un control a nivel nacional de los equipos de telecomunicaciones existentes en Chile según el nuevo estado político del país.

Hasta 1975 los canales de televisión existentes en Chile recibían, según se consignaba en la *Ley de Presupuesto*, un monto anual que se incrementaba en un cinco por ciento por período. Sin embargo, el Decreto que fijaba el presupuesto de ese año no contempló dichos dineros, lo que obligó a los canales a autofinanciarse mediante la publicidad, eso se tradujo en un aliciente para las productoras de televisión, empresas encargadas de realizar los spot y programas especiales para los canales existentes en el país. Situación que quedaría remediada en su totalidad, con la derogación del artículo N° 15 de la *Ley de Televisión* que impedía la publicidad dentro de los programas.

Ese mismo año también se crea el Fondo de la Televisión Chilena, que otorga financiamiento para que el Consejo Nacional de Televisión administre una ayuda subsidiaria a los canales. De ese Fondo, el 35 %, debía ser destinado a la mantención de la red de Televisión Nacional y, el resto a financiar programas de interés nacional.

El 15 de Abril de 1977, el Decreto Ley N° 1.762 crea la Subsecretaría de Telecomunicaciones, Subtel, dependiente del Ministerio de Transportes y Organiza la Dirección Superior de las Telecomunicaciones del País. Este organismo es hasta hoy el encargado de regular y controlar el desarrollo técnico de la televisión, como por ejemplo el escoger la norma de transmisión.

En febrero de 1978 y con bastante atraso respecto del resto del continente, se inician las transmisiones en color, adoptándose el sistema NTSC. Esta decisión se debió fundamentalmente a la facilidad para adquirir material importado con doblaje al castellano y con costos menores a los de los otros sistemas.

La privatización legal de la televisión

En 1980 tras el plebiscito se crea una nueva Constitución Política de la República y en su Artículo N° 12, inciso quinto, plantea que "el estado, aquellas universidades y demás personas que la Ley determine podrán establecer, operar y mantener estaciones de televisión". Este artículo es relevante en la medida que reconoce con rango constitucional la situación existente y plantea la necesidad de una Ley para la creación de nuevos canales, ya sean de universidades, personas o entidades privadas. Así también, no especifica la naturaleza de estas estaciones, ni tampoco su numeración, por lo que podrían eventualmente y bajo la interpretación de la Ley existir estaciones de "servicio limitado", es decir de recepción controlada ya sea mediante el uso de cable o de microonda codificada.

Es esta ventana la que dos años después, en octubre de 1982, vendría a ser regulada definitivamente a través de la Ley 18.168 o *Ley General de Comunicaciones*, donde en su artículo N° 2 se establece que todos los habitantes de la República tendrán libre e igualitario acceso a las telecomunicaciones y cualquier persona podrá optar a las concesiones y permisos en la forma y condiciones que establece la Ley

2.2.2. Ley 18.838: una alternativa para los privados

Antes de expirar el gobierno militar de Augusto Pinochet, específicamente el 30 de septiembre de 1989, se promulgó una nueva Ley de Televisión (18.838) que estableció un nuevo ordenamiento al sistema. Con esta nueva legislación se produciría, por fin, el equilibrio entre el sistema económico de libre mercado y una política liberalizadora por parte del Gobierno, un paso de por sí democrático que establecería los lineamientos posteriores de una televisión también democrática y exenta de los temores de antaño.

Claro que el nuevo ordenamiento legal no contempló una gran misión

para los canales de televisión, salvo el respeto a una serie de reglas morales que debían cumplir las estaciones, cuyo quebrantamiento quedaría al arbitrio de un renovado Consejo Nacional de Televisión. Brunner et al. (1995:58), remitiéndose al dictamen, que:

Corresponderá al CNTV velar por el correcto funcionamiento de los servicios de televisión y, para tal fin, tendrá supervigilancia y fiscalización, en cuanto a los contenidos de las emisiones que a través de ellos se efectúen, en conformidad con las normas de esta ley”.

Además agrega que:

Se entenderá por correcto funcionamiento de esos servicios, la constante afirmación a través de la programación, de la dignidad de las personas, de la familia y de los valores morales, culturales, nacionales y educacionales, especialmente la formación espiritual e intelectual de la niñez y la juventud.

A simple vista se puede observar que el ordenamiento de esta nueva ley es mucho más flexible que su antecesora (17.377), ya que si bien queda en manos del Consejo Nacional de Televisión supervigilar los contenidos que se emiten, no existe una orden explícita de cuáles son los que se deben transmitir ni en cuáles se debe hacer más hincapié. Tampoco prevalece, a pesar de que se nombra, la emisión de contenidos culturales y educativos, como una “obligación” para las estaciones televisivas.

En resumen, la *Ley 18.838* se centró básicamente en limitar el poder del nuevo gobierno que traería la democracia. Asimismo, el CNTV había sido reformado y dentro de sus miembros designados se contaba con la participación, hasta 1992, de personajes elegidos por las Fuerzas Armadas y de Orden (precisamente dos), que marcarían la pauta dentro de las sanciones que aplicaría el Consejo, debido al temor que reinaría, aún, durante los primeros años de la democracia.

No obstante, para explicitar el ingreso de privados al sistema televisivo chileno, se estableció dentro de la ley un apartado que establecía el

otorgamiento de concesiones, que eran entregadas por el Consejo Nacional de Televisión. Sus características son: Personas naturales y jurídicas, de derecho público o privado podían optar a ellas; son transferibles y transmisibles; no tienen plazo de renovación⁵³; y su otorgamiento se rige exclusivamente por consideraciones técnicas (Brunner et al, 1995). La *Ley 18.838*, además, puso fin al sistema mixto de financiamiento de los canales, limitándose los aportes fiscales sólo a Televisión Nacional de Chile.

La apertura legislativa estaba dada para que los inversionistas extranjeros llegaran, tras el retorno a la democracia. No sólo llegaron a Chile empresarios de Estados Unidos, sino también mexicanos y venezolanos (Televisa y Venevisión, respectivamente).

Luego de la creación de *Megavisión*, primera estación privada del país (23 de octubre de 1990), *Televisa* realizó una gran inversión, quedándose con el 49% del canal, lo que duró hasta 1999, año en que rebajó su participación hasta el 30%. La estación venezolana por su parte adquirió el 99% de *Canal 11* de la Universidad de Chile. Ambas empresas extranjeras producían y exportaban programas a niveles muy altos, mucho más que las estaciones nacionales. Esto a su vez les permitía tener un poder de negociación mucho más alto a nivel internacional. Godoy (2000:86).

2.2.3. Ley N° 19.131: La Tercera Ley de Televisión

El día 8 del mes de Abril de 1992, se promulga la *Ley N° 19.131*. Es la llamada *Tercera Ley de Televisión*. Aquí se produce un cambio radical en cuanto a la anterior normativa, ya que ahora se sostiene que las concesiones de servicio de radiodifusión televisiva de libre recepción sólo se otorgarán a personas jurídicas, (persona o grupo que tengan

⁵³ Este punto establecía implícitamente que las concesiones eran de por vida. No obstante, en 1992 se introdujeron una serie de reformas a la *Ley 18.838*, una de ellas eliminaba esa modalidad e introducía la caducidad de la concesión, luego de 25 años.

personalidad jurídica vigente, con responsabilidad legal en lo penal y en lo civil), cuyo plazo de vigencia no podrá ser inferior al de la concesión y que estas concesiones durarán 25 años. Además sostiene que toda concesión de servicio de radiodifusión televisiva de libre recepción vigente a la fecha de publicación de esta ley, se regirá por sus disposiciones. No obstante ello, en cuanto a la duración de la concesión, se aplicarán las siguientes normas de excepción: Se regirán por la ley vigente a la fecha de otorgamiento de la concesión:

- a) Las concesiones que, a la fecha de vigencia de esta ley, se estén ejerciendo efectivamente mediante la transmisión regular de programas de televisión.
- b) Las concesiones que, a igual fecha, no se estén ejerciendo efectivamente, pero que inicien sus servicios dentro de los plazos establecidos en el decreto que otorgó la concesión; Se regirán por la ley vigente a la fecha de su transferencia, las concesiones que se hubieren adquirido por acto entre vivos.

Vale decir, esta norma es bastante facilitadora en cuanto a posibilitar la creación de canales de Televisión local o de proximidad pues asegura que la inversión inicial se encuentra resguardada por los plazos de las concesiones.

El 30 de marzo de 1992 mediante la *Ley 19.132*, se crea la empresa TVN, en su Artículo N° 2 declara que su objeto será establecer, operar y explotar servicios de televisión. En general, podrá realizar todas las actividades propias de una concesionaria de servicios de televisión constituida como persona jurídica de derecho privado, con iguales derechos, obligaciones y limitaciones. Además, en su Artículo N° 22 declara que la empresa sólo podrá constituir o formar parte de sociedades cuyo objeto complemente su actividad y cuya existencia sea estrictamente

necesaria para el debido desarrollo de las actividades de la Corporación.

La irrupción de esta nueva Ley, posibilita la creación de canales regionales con identificación local pero que a su vez pertenezcan a un operador o broadcaster mayor. Esto queda más claramente explicitado por medio de la *Ley 19.277* del 20 de Enero de 1994, donde se expresa que todos los habitantes de la República tendrán libre e igualitario acceso a las telecomunicaciones y cualquier persona podrá optar a las concesiones y permisos en la forma y condiciones que establece la ley. Se refiere a servicios de telecomunicaciones de libre recepción o de radiodifusión, cuyas transmisiones están destinadas a la recepción libre y directa por el público en general. Estos servicios comprenden emisiones sonoras, de televisión o de otro género.

El 11 de Mayo de 2001 se promulga la *Ley 19.724*, creándose el *Fondo de Desarrollo de las Telecomunicaciones*, dependiente del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones por un período de diez años, contado desde la entrada en vigencia de esta Ley. Dicha Ley es importante de consignar pues su objeto es promover el aumento de la cobertura de los servicios de telecomunicaciones en áreas rurales y urbanas de bajos ingresos, especialmente respecto de localidades ubicadas en zonas geográficas extremas o aisladas, permitiendo, entre otros, el desarrollo de la televisión de proximidad.

2.2.4. Decreto N° 38, se congela el espectro

La Televisión local se desarrollaba hasta enero del año 2000 impulsada por la legislación vigente que gracias a las normativas *19.131* y *19.277* le daban garantías de existencia a las emisoras locales. Eso, hasta que el gobierno creyó importante legislar para colocar orden en el espectro y así garantizar el espacio o ancho de banda suficiente para que la

televisión digital terrestre opere con todas sus características.

La Propuesta de un Marco Normativo para la introducción de la Televisión Digital Terrestre en Chile, llevó a que la Subtel dictara, el 24 de Enero del año 2000 el discutido *Decreto Supremo N° 38*, publicado en el Diario Oficial del 1 de Marzo de 2000, y que modificó el *Plan General de Uso del Espectro Radioeléctrico* en el sentido de atribuir las bandas de 512 a 608 MHz y de 614 a 806 MHz a la Radiodifusión televisiva digital, y de agregar la Nota 56 B que dice que: “En las bandas 512.00 – 608.00 MHz y 614 – 806.00 MHz no se realizará nuevas asignaciones de frecuencia para estaciones de radiodifusión televisiva analógicas”⁵⁴.

Las frecuencias a las que se hace mención en el citado Decreto, corresponden a la banda UHF (canales 21 al 69). Esta modificación se hizo con la finalidad de reservar la banda UHF para la futura atribución de bandas de frecuencia para el servicio de Radiodifusión televisiva por medio de señales digitales. Es decir, los canales que actualmente se encuentran en la banda VHF migrarán producto del desarrollo tecnológico hacia la Televisión Digital, ocupando frecuencias en la banda UHF, lo que con el tiempo produciría la liberación de la banda VHF.

Dichas normativas se traducen en un congelamiento del espectro radioeléctrico, específicamente de la banda UHF, situación que se ha extendido ya por más de diez años con la intención de impedir el ingreso de nuevos canales locales a la televisión aérea. De ahí que los canales locales que actualmente están operando en televisión abierta y que surgen en forma posterior a enero del 2000 se encuentran transmitiendo de forma ilegal o al margen de la Ley.

Al anterior obstáculo se suma la *Ley 20.196* con fecha 12 de Julio de

⁵⁴ Diario Oficial

2007, que modifica el artículo 28 f de la Ley General de Telecomunicaciones, relativo al fondo de desarrollo de las telecomunicaciones, donde se especifica que podrán presentarse al concurso sólo las personas jurídicas que cumplan con los requisitos legales y reglamentarios para ser titulares de la concesión o permiso del servicio de telecomunicaciones de que se trate, según los casos.

Esta última normativa complica aún más la opción de que nuevos canales locales ingresen al espectro radioeléctrico, aún cuando busquen una concesión por vía legal, particularmente pues no se encontraban operando antes del año 2000.

2.2.5. La Nueva Ley: Puerta legal a la TDT

El 24 de octubre del 2008 fue presentado por Michelle Bachelet al Parlamento el proyecto de Ley que busca adaptar la *Ley 18.838* con la finalidad de permitir el desarrollo de la televisión digital terrestre. Dicho proyecto ha sido objeto de varios debates públicos previos a la discusión en las cámaras del Parlamento chileno. El último de ellos fue en el Seminario Internacional de Televisión Digital de Libre Recepción celebrado en el Congreso Nacional en agosto del 2010, lugar donde diferentes actores de la industria televisiva plantearon sus aprehensiones y temores frente a la potencial Ley.

Dentro del fundamento teórico que acompaña al proyecto, se destaca que:

Los chilenos demandan una mayor calidad y diversidad en la televisión que represente las distintas realidades del país, que informe no sólo de los temas nacionales, sino también acerca de materias regionales y locales; una televisión más

enfocada en sus aspiraciones que contribuya al desarrollo cultural y al perfeccionamiento de los derechos y libertades asociadas la de expresión y la de información.⁵⁵

Entre las modificaciones más importantes que aportará el proyecto se encuentra la creación de la figura de la televisión local, regional y comunitaria, con el objeto de protegerlas e impulsar su desarrollo. Así entonces, según el proyecto, serán emisoras locales las que contemplan una cobertura en sólo una región, pero comprendiendo dentro de ella un alcance efectivo inferior al 25 % de su población o con una cobertura igual o inferior al 50 % de las comunas de dicha región.

En tanto serán emisoras comunitarias todas aquellas que cumplan con los puntos anteriores, pero a diferencias de las locales, sus titulares sean personas jurídicas sin fines de lucro, que busquen el interés general basados en objetivos de carácter cívico, social, cultural o de promoción de los derechos constitucionales de los ciudadanos.

Por otro lado, serán emisoras regionales las que contemplan una cobertura en al menos más de un 50 % de las comunas de una región y de un alcance efectivo igual o superior a un 25 % de su población, pero en no más de un 50% de las regiones del país.

Así mismo, el proyecto de Ley garantiza un mínimo de un 40 % de las frecuencias radioeléctricas dispuestas para el servicio de TDT, para la asignación de concesiones regionales, locales y comunitarias, como también a aquellas concesiones nacionales que el Consejo califique como culturales, lo que permitirá contar con televisión educativa cultural a nivel nacional y que emita en forma paralela a las otras cadenas.

Otro punto importante del proyecto, es la actualización del régimen

⁵⁵ Véase anexo.

concesional, lo que se traduce en que busca separar la autorización de emitir contenidos audiovisuales de la concesión del espectro radioeléctrico para el transporte de señales de televisión. Esto significará flexibilizar el actual sistema de concesiones impuesto por la *Ley 18.838* que no separaba entre operadores del espectro y creadores de contenidos, permitiendo por un lado que operadores sigan transmitiendo sus propios contenidos pero por otro que los operadores del espectro puedan arrendar su infraestructura para nuevos operadores de contenido. Así mismo, este nuevo sistema también permitirá la incorporación de otros servicios distintos de televisión, como pueden ser otros datos relacionados al data casting, guía de programas, teletexto o informes del tiempo.

Por último, dentro de las consideraciones importantes para el desarrollo de la TDT, está la instauración temporal del simulcasting, como también el período entendido como de la digitalización de la televisión. El primero es el período en que las emisoras analógicas podrán transmitir simultáneamente por digital y que se extenderá por ocho años y que concluirá en el apagón analógico. Al término de ese período los canales deberán operar 100 por ciento en digital, salvo aquellas regiones que por Decreto Supremo se le permita una extensión en el plazo. Esto último es importante de destacar pues con ello también se fija fecha para el apagón analógico del país, ocho años después de aprobada la nueva normativa legal.

En cuanto al período de digitalización es entendida como el plazo que tienen los actuales canales, sean locales, nacionales o regionales, para lograr una determinada cobertura de TDT impuesta por el Estado. Para efectos de este proyecto se consideró un plazo de cinco años para lograr cubrir un 85 % del área de cobertura de cada canal, según su naturaleza local, regional o nacional.

Los plazos referidos en el texto legal no han estado exentos de

polémica, especialmente en lo que respecta a las etapas donde se establecen las nuevas concesiones de TDT. El proyecto en trámite determina tres etapas, la primera que se inicia con la entrada en vigor de la nueva Ley y que garantiza las concesiones necesarias para la transición de los actuales operadores; la instauración de los servicios intermedios y la asignación de frecuencia para nuevos canales hasta un tercio de las frecuencias restantes. Una segunda etapa, que se iniciará no antes de cinco años desde que se aprobó el decreto, y que corresponde al segundo tercio de las frecuencias restantes y una tercera etapa que comenzará no antes de diez años de la entrada en vigencia del decreto y que corresponderá al último tercio de las frecuencias disponibles. Hay que considerar, en rigor al texto legal, que la primera etapa contempla que exista un mínimo de cuatro nuevos canales por región.

CAPÍTULO 3

La TDT y sus repercusiones en el destino de la Televisión Local

3.1. Nacimiento de la TDT, la importancia del cambio

La televisión digital terrestre es un sistema de transmisión de datos informáticos a través de un radio espectro eléctrico que fluye y circula sobre nuestras cabezas, es decir significa la transformación del sistema de televisión analógica que durante décadas ha operado en la totalidad de los países del mundo. En otras palabras, las señales eléctricas que luego son interpretadas como señales de video y audio por los decodificadores, son reemplazadas por un código binario compuesto por sólo dos datos: “0” y “1”.

La información que contiene la señal de TDT tiene un volumen muy elevado de datos que está lejos de la posibilidad de transmisión de los canales normales. De ahí que sea necesario un proceso que reduzca drásticamente el “peso” de los datos, sin perder calidad observable de la señal. Este proceso es el que se conoce como compresión de video y sólo es posible realizarla cuando se trabaja con datos binarios o informáticos. Para realizar la compresión se trabaja con la redundancia de los datos que posee la señal de televisión en los cuadro de imagen, sea al interior de uno (espacial) o entre cuadros sucesivos de imagen (temporal). Básicamente en dos aspectos que dan origen a los tipos de compresión, la redundancia temporal que es aquella que surge de la similitud entre dos cuadros sucesivos de imagen de televisión y la redundancia espacial que proviene de la alta probabilidad de que dos elementos adyacentes o píxeles tengan una similitud clara o sean idénticos. Eliminar esta redundancia permite reducir el número de bits por segundo de transmisión y por ende el “peso” del archivo, permitiendo su mejor y más operativa transmisión.

La aplicación de la tecnología digital se instala en la última década del siglo XX en el campo de la difusión y distribución de la señal. Antes sólo se había restringido a las etapas de producción y postproducción del producto televisivo, por lo que era lógico esperar que en algún momento la

investigación tecnológica lograra la emigración de la transmisión. Alcolea. (2006:7).

Por esencia, la televisión digital se presenta interactiva, multimedida y con la posibilidad de una oferta altamente multiplexada. La matriz del sistema televisivo numérico resuelve técnicamente la posibilidad de cierre del acto comunicativo por parte del usuario, ya que es posible el feed-back o retroalimentación entre emisor y usuario, por supuesto dependiendo del tipo de receptor que se tenga. Larregola (1998:192).

Transformar el sistema de analógico a digital permitirá mejorar la calidad de la señal de televisión que llega a nuestros hogares y además aprovechar de mejor manera el radioespectro eléctrico, donde las señales de televisión conviven con señales microondas de radios, celulares y otros datos. Se dice que el cambio de analógico a digital significará una revolución enorme, especialmente por las características propias de la televisión digital, donde el usuario a futuro podrá no sólo ver una mejor señal de televisión y por supuesto una mayor oferta programática, sino también sacar provecho a la interactividad. Propiedad de la Televisión Digital que permite por primera vez interactuar a través del televisor con el emisor de la señal. Eso sí, hay que establecer que esta característica si bien es una de las herramientas de penetración promocional de la TDT en España y en otros países del orbe, no se ha cumplido del todo y está escasamente desarrollada por los diferentes operadores, de ahí que la venta de los decodificadores Multimedia Home Platform mejor conocidos como MPH, aparatos que permiten la interactividad, sea tan lenta.

En la TDT la forma de participación interactiva del telespectador puede ser de dos tipos: sincronizada con la emisión, es decir donde el contenido de la interactividad está vinculado con la emisión audiovisual; o con contenidos no relacionados con la emisión, es decir independientes del

programa a los cuáles el televidente puede acceder a voluntad. No obstante el canal de retorno no siempre es la red de televisión y utiliza otras redes como las de retorno telefónico, ADSL o retornos sin hilos como la GSM.

El decodificador MHP se establece en el año 2002 como estándar para desarrollar servicios interactivos de la TDT en toda Europa, y en otros países como la India y Australia. El sistema utiliza un lenguaje de programación unificado que permite que funcionen diferentes aplicaciones interactivas, independiente del proveedor elegido. Algo similar a lo que ocurre cuando se aprovecha una aplicación interactiva ya sea con Explorer, Netscape u otro. El MHP puede otorgar tres tipos de servicios: De carrusel o complemento informativo, que puede ser la guía electrónica o EPG donde encontrará información de horarios y contenidos hasta el teletexto donde podrá acceder a información de texto como noticias u otros datos; servicios ligados a la programación como vistas en pantalla, ventanas con noticias, estadísticas y ángulos de cámara; por último servicios transaccionales, que requieren una señal de retorno proporcionada a través del módem telefónico u otro. Estos últimos ofrecen la posibilidad real de interactuar con servicios interactivos independientes del programador de televisión digital, es así como el usuario puede tener acceso a consultas bancarias, telecompra, acceso a Internet, juegos o reserva de plazas. Los servicios transaccionales proporcionan el nivel más avanzado de interactividad con un servidor en red. Marzal y Casero (2007:75).

Entre las ventajas de la televisión digital destaca una que provocará un cambio fundamental en la relación audiovisual de los distintos públicos que interactúan con la televisión, es la denominada Multiplexación o Multiplexión. Una característica única de la televisión digital, ya que la señal al estar compuesta por datos informáticos, se puede comprimir y por lo tanto pesar menos y ocupar menos espacio en el espectro radioeléctrico o carretera de transmisión de datos.

Esta característica se traducirá en que por el mismo ancho de banda ocupado por un canal analógico, la televisión digital podrá transmitir 4 ó 5 canales digitales, (dependiendo de la calidad de la señal) además de Internet, radio y teletexto. Este último, archivo de datos que entrega información extra a la señal televisiva, ya sea de programación de canales, pronóstico meteorológico, azar, horóscopo o noticias.

La segunda característica y que está muy relacionada con la anterior, es que al existir la posibilidad de que las estaciones de televisión puedan tener más señales dentro de la misma concesión televisiva, se dará origen a la televisión temática, es decir los actuales operadores de televisión podrían crear programas (también conocidos como canales) dirigidos a públicos específicos.

Además la televisión digital mejorará la calidad técnica de la señal que llega a los hogares. Una de las características básicas de la TDT es su fidelidad técnica, lo que se traduce en que la señal llega bien o simplemente no llega. Esto supone que se terminarán “los ruidos” e interferencias como fantasmas de reflexión o la famosa “lluvia” en los receptores que hace perder nitidez a la imagen.

La televisión digital si bien está libre de ruidos, es muy común que se presenten “ecos” de señal, estos “ecos” o ausencia de señal son comunes en la difusión de la televisión digital terrestre. En especial cuando existen algunos elementos como grúas, montañas, estructuras metálicas, que impiden que la señal sea recepcionada de buena manera.

La novedad de las TDT radica en primer lugar en su efecto económico, el abaratamiento de los soportes y la multiplicación consiguiente de la oferta. En segundo término, esa oferta de programas televisivos más o menos fragmentada puede ahora ampliarse extraordinariamente a través de servicios de valor añadido que están a

caballo con el mundo de las telecomunicaciones y su expansión diversificada, así como con las redes y bases de datos. En tercer lugar, la capacidad de interactividad, y por tanto de especialización de los contenidos a demanda crece notablemente, aunque resulte condicionada por el soporte utilizado y por las formas de comercialización elegidas. Bustamante (2004:172).

3.2. La relación entre TDT y Televisión de Proximidad

No siempre una televisión local es una televisión de proximidad y ese es el argumento principal para separar la existencia de canales locales que son sedes de grandes cadenas y aquellas emisoras que no sólo están físicamente en la comuna donde transmiten, sino que sus contenidos son de y para dicha comunidad. Pues una televisión de territorio local puede incluso llegar a transmitir contenidos adquiridos en el mercado televisivo mundial, mientras que la televisión de proximidad, a la que apelan los canales locales, dirige explícitamente a su población con contenidos referidos explícitamente a ella. Vacas (2000:26).

De ahí que una televisión de proximidad sea considerada por algunos investigadores, entre ellos Miquel de Moragas, como aquella que se dirige fundamentalmente a una comunidad humana de tamaño medio o pequeño, delimitada territorialmente, con contenidos relativos a su experiencia cotidiana, a sus preocupaciones y problemas, a su patrimonio lingüístico, artístico, cultural y a su memoria histórica.

El lograr un consenso en torno a lo que es la proximidad no es un objetivo fácil, especialmente si se considera que las nuevas tecnologías han echado por tierra el factor geográfico que tradicionalmente demarcaba el límite entre lo local, regional y nacional. Así por ejemplo, cabría

preguntarse si una estación de ciudad que además de emitir su programación por vía hertziana, lo hace también a través de Internet ¿sigue siendo meramente local?

La verdad que la definición de localidad ha evolucionado en el tiempo y junto con ella la de proximidad. De hecho al referirnos a proximidad también nos encontramos con algunas definiciones más extremas, que determinan que las televisiones que quieren realmente ser consideradas como televisiones de proximidad, además de cumplir con las características anteriores, deben producir sus contenidos en la misma comunidad en la que emiten y no a través de productoras externas a ella.

El definir proximidad es complicado, depende muchas veces de la lupa con la que se lea. Dicho concepto aplicado a la televisión tiene que ver con la idea de que entre la emisora y sus receptores existe un escenario de experiencias compartidas, cosa que se verá reflejada en los contenidos de la programación.

La principal concentración de este pacto de proximidad, o complicidad de la audiencia y la emisora, es la atención preferente que estas televisiones prestan a los contenidos informativos relativos al propio territorio de referencia, una atención que va más allá de las noticias y que se extiende también a otros géneros como los reportajes, entrevistas, tertulias, debates, documentales e incluso talk-shows y magazines. Vacas (2000:27).

Así pues, es necesario superar los criterios puramente geográficos como identificadores únicos o prioritarios de la televisión regional y local, y desplazar la atención hacia los contenidos, en la doble vertiente de producción y difusión. El auténtico factor discriminador entre unas modalidades de televisión (de ámbito local y regional) y otras (nacionales y transnacionales) en la era digital es la noción de ámbito de referencia que

remite a una idea geográfica pero también y principalmente a una idea semántica, por oposición a la de ámbito de recepción, puramente física (cobertura de ondas hertzianas). Desde este punto de vista, el hecho diferencial de las primeras es la proximidad, entendida tanto en sentido geográfico como periodístico: una televisión de proximidad es aquella que se dirige fundamentalmente a una comunidad humana de tamaño mediano o pequeño, delimitada territorialmente, con contenidos relativos a su experiencia cotidiana, a sus preocupaciones y problemas, su patrimonio lingüístico, artístico y cultural y su memoria histórica. Vacas (2000:173).

Alfredo García en su investigación titulada *Estructura de la Televisión de proximidad en Chile. Desarrollo y Perspectivas*. García (2006:93) señala algunas características de una televisión de proximidad entre las que se destacan:

- Ser un medio de comunicación que se circunscribe a una zona cuyo perímetro está delimitado por una o varias localidades.
- La producción propia es uno de sus pilares básicos de programación.
- Entre los contenidos de programación se deben encontrar espacios que destaquen la cultura autóctona de la comunidad.
- La participación ciudadana se convierte en un pilar fundamental con independencia de la titularidad de la emisora.
- Emisiones contantes que crean hábitos de audiencia en los espectadores.
- Emiten tanto por cable como vía hertziana.

- No consideran a aquellas emisoras que emiten circunstancialmente o bien se cuelgan de emisoras internacionales.

A la luz de los argumentos anteriormente señalados existen diferentes tipos de televisión de proximidad, Miquel de Moragas hace una clasificación que si bien es europea, resulta bastante acertada para el modelo chileno Moragas (1999:22).

a) Televisión de producción delegada en la región: Son centros regionales de televisión que producen contenidos para una televisora nacional de la que dependen orgánicamente. Aún cuando su naturaleza rara vez hace que emitan para la región en la que están situados, estos centros suelen desconectarse de la señal nacional y emitir pequeños informativos o contenidos específicos.

b) Televisión descentralizada: Son centros regionales de televisión dependientes de una televisión nacional y que emiten diariamente un noticiario que dura entre 15 y 30 minutos. Realizando paralelamente apoyo informativo para reportajes y noticias de carácter nacional. En este tipo de televisiones caben las distintas oficinas regionales de *Canal 13* como también las redes de *televisión*, como por ejemplo *TVN Red Bío Bío*.

c) Televisión de desconexión regional: Son aquellos centros regionales de televisión que si bien dependen de una televisora nacional, poseen noticieros diarios de más de una hora de duración y además ya tienen en funcionamiento una pequeña parrilla de contenidos con publicidad regional. Poseen producción autónoma que utilizan para sus propios contenidos, como para programas de carácter nacional.

d) Televisión de organización federada: Son aquellos centros regionales jurídicamente independientes, pero que están asociados entre sí con la

finalidad de gestionar un canal nacional y encargarse del funcionamiento del mismo. Así mismo producen programas y contenidos para la región y comunidad en la que están inmersos.

e) Televisión independiente de cobertura específicamente regional: Son emisoras regionales independientes que emiten y producen contenidos generalistas, logrando una programación completa para su región. Según esta clasificación aquí cabe la mayor cantidad de canales locales que actualmente emiten en Chile. García. (2006:96).

f) Televisión regional independiente con cobertura suprarregional, nacional o internacional: Son del mismo tipo que las anteriores, pero sus contenidos son emitidos para territorios más amplios, que incluso pueden superar los límites del país. Estas han proliferado en los últimos años gracias a las plataformas digitales y a la incorporación de sus contenidos en ofertas de televisión satelital.

g) Televisión local de influencia regional: Son televisoras locales hertzianas cuya cobertura alcanza a gran parte de la región donde radican, es el caso en la Región del Bío Bío de *TVU* (Canal de la Universidad de Concepción) y *Canal 9 Regional*, propiedad de la familia Mosciatti, dueña de la Radio Bío Bío, la emisora más importante de Chile.

Independiente de la clasificación a la que pertenezca la televisora local, lo realmente importante es que dichas televisoras no vean a la proximidad como una amenaza, sino como su tabla de salvación. La oferta de contenidos global no necesita más aportaciones nuevas, pues está más que cubierta. No hay oportunidad de negocio ahí para los operadores locales. Luego, la televisión local tiene en la proximidad su tabla de salvación, esto es en el tratamiento de los contenidos que realmente están en contacto con las necesidades objetivas de sus ámbitos de cobertura. Prado (2008:83).

De hecho, numerosos estudios académicos anuncian que la demanda de la televisión de proximidad es una realidad emergente en la “nueva” sociedad de la información o sociedad digital, como también se le llama. Escenario que dará un considerable potencial competitivo a las televisoras que acojan este tipo de programación y contenidos, especialmente si se toma en cuenta que con la revolución digital abundarán aquellos canales cada vez más alejados del público y de la experiencia inmediata de los espectadores Moragas (1999:38).

La revalorización del entorno local por parte de las audiencias debiera transformarse en un factor que estimule directamente la acción y orientación de las estaciones locales. Los públicos dan un nuevo sentido a las informaciones que dan cuenta de sus intereses en este plano. El desarrollo de la ciudad, las oportunidades de educación, el mejoramiento en la atención de los establecimientos de salud más cercanos, las oportunidades de diversión y desarrollo cultural más inmediatas. Se abre un plano de demandas muy concretas e inmediatas que se transforman en un poderoso sustrato para la acción de los medios de comunicación local. García (2004:540).

Es entonces el momento en que los propios protagonistas, las televisoras locales deben entender que su futuro en el nuevo escenario de la TDT depende de la convergencia de una serie de factores, que van desde la voluntad política hasta la mejora en la calidad y comercialización del producto televisivo, pero por sobre todo del que comprendan y asimilen la importancia de la proximidad en la llamada sociedad digital. Atendiendo su nuevo rol en ella. Incorporando y potenciando contenidos de proximidad en sus parrillas programáticas y evitando, de esta manera, competir directamente con la programación generalista de canales nacionales.

3.3 La importancia de la Televisión Local en la defensa de la identidad

La naturaleza fundamentalmente interactiva de algunas tecnologías relacionadas con el video, producirán las normas sociales dominantes del hemisferio derecho durante el próximo siglo. Por ejemplo, la nueva corporación de telecomunicaciones multiportadora, dedicada sólo a mover todo tipo de información a la velocidad de la luz, generará de manera continua productos y servicios hechos a medida para consumidores individuales que señalarán sus preferencias con anterioridad a través de bases de datos continuas. Los usuarios se convertirán en productores y consumidores en forma simultánea. Después de una o dos generaciones, la proximidad física debería dar lugar a una proximidad electrónica a medida que las nuevas etnias se casan entre sí y viajan a puntos más remotos del país. Querrán mantener sus raíces paternas y también correr con el flujo de la asimilación. Por lo tanto se puede aguardar la construcción de servicios de datos electrónicos especiales para satisfacer esa necesidad. Mc Luhan (1989: 91: 93).

La controvertida “Aldea Global” de Mc Luhan, citada en el párrafo anterior, recoge un anuncio futurista del autor en relación a los medios de comunicación y a la necesidad de mantener sus raíces paternas ante la avalancha de información audiovisual que se recibirá. De acuerdo o no, la verdad que los dichos de Mc Luhan hechos en la década del 70 y aplicados a las características de la televisión digital tenían bastante de razón. La TDT permitirá no sólo multiplicar en 5 ó 6 veces el número de emisoras que llegan al televidente, sino también portar un gran número de datos diversos que van desde avisos comerciales, hasta información de juegos de azar o pronóstico del tiempo a través del teletexto, espacio del radio espectro que se podrá aprovechar gracias a la multiplexión.

La circunstancia negativa en esta relación globalización v/s identidad local, viene dada por la tan anunciada y comentada multiplicación exponencial de la oferta audiovisual. El ecosistema televisivo está cambiando aceleradamente en una transición desde sistemas bicanal o tricanal a sistemas multicanal, caracterizados además por el predominio cuantitativo de las ofertas temáticas especializadas. La televisión de proximidad, que en la era broadcasting convivía con un número muy limitado de televisiones nacionales, se les ve ahora compitiendo por audiencia con una gran cantidad de canales nacionales e internacionales de todo tipo y formato. De esta forma, si antes eran el complemento o alternativa a las programaciones nacionales, ahora cada vez más deberá disputarse el limitado tiempo de visionado de las audiencias con ofertas de todo tipo. Vacas (2000:179).

En términos más generales puede decirse que la globalización afecta las identidades nacionales de diversas maneras cuya especificidad histórica debe estudiarse. Es decir, tal como se puede argumentar que la globalización está erosionando la identidad nacional en la modernidad tardía, durante fases anteriores se podría decir que la globalización contribuyó al éxito de ciertas versiones de identidad nacional. Larraín (1996:117).

De hecho la globalización de las instituciones de televisión plantea varias cuestiones cruciales sobre las cultura y las identidades culturales, de modos que la globalización de la televisión constituye un recurso proliferador tanto para la deconstrucción como para la reconstrucción de las identidades culturales. Es decir, que la televisión se ha convertido en un recurso de primer orden para la construcción de los proyectos identitarios. Barker (2003:20).

Identidad, en términos sociológicos, es el proceso por el cual los actores sociales construyen el sentido de su acción atendiendo a un

atributo cultural al que se da prioridad sobre otras fuentes posibles de sentido de la acción. No siempre se define un actor social por su identidad, pero cuando el principio de definición es identitario, es un principio fuerte que tiende a cobrar preeminencia sobre otras fuentes de sentido. En la actualidad las identidades religiosas, nacionales, territoriales, étnicas y de género, aparecen como principios fundamentales de autodefinición, cuyo desarrollo marca la dinámica de las sociedades y la política de forma sucesiva. Castells (2006:21).

Castells en su libro *Globalización, desarrollo y democracia: Chile en el contexto mundial*, engloba una visión bastante interesante respecto al desarrollo de la identidad de los ciudadanos, factor valiosísimo para la televisión local. Dicho autor, manifiesta que el crecimiento y desarrollo de la identidad es consecuencia de la propia globalización y de la crisis de las instituciones del Estado-Nación y de la propia sociedad civil constituida en torno al Estado. Pues es la misma globalización la que desborda la gestión de los Estados y los obliga a orientar la administración de sus países hacia la navegación en los flujos globales. Al hacerlo los Estados tienden a sacrificar intereses de sectores hasta entonces protegidos por él. En ese sentido los sectores abandonados o desprotegidos por los ajustes de la globalización, buscan principios de sentido y legitimidad.

Es entonces cuando las televisoras locales hacen predominar su importancia y especialmente su rol de intermediarios entre instituciones del Estado y la gente, procesan la inconformidad de la ciudadanía, sensibilizan socialmente frente a intervenciones estatales en ciertas situaciones y llegan incluso a ser factores determinantes de la gobernabilidad local o nacional. Martín-Barbero. (1999:57).

Como consecuencia de ello, y junto a la “Aldea Global”, aparece una comunicación reducida que se apoya en los valores más hondos de las comunidades pequeñas: tradición, cultura, costumbres, es decir de forma

paralela a este proceso globalizador, se desarrolla otro igual o más fuerte, que es el regionalizador o descentralizador. Es decir, en la medida que los mensajes de los medios de comunicación sean más impersonales y menos cercanos a la realidad de las personas, mayores serán las oportunidades de los medios pequeños para contrarrestar esta avalancha integradora. García (2006:72).

Lo global y lo local son términos correlativos, el concepto de local es producido dentro de y por un discurso globalizador, que incluye el marketing capitalista y a su orientación, cada vez mayor, hacia unos mercados locales diferenciados. En cualquier caso, el mismo hecho de insistir en la particularidad y en la diversidad, se puede considerar como un discurso cada vez más global, de manera que la expectativa de la declaración de identidad está incorporada en el proceso general de globalización. Robertson (1992:175).

En todas partes del mundo, lo que sucede en un rincón afecta a otro rincón en un tiempo brevísimo y la televisión no está ajena a ese fenómeno, es más ayuda a que el efecto sea aún más rápido, uniendo a la televisora con el televidente en menos de un segundo a través del satélite, microondas o cable. Dicho bombardeo de información globalizada desmedra lo que ocurre a metros del televidente, muchas veces el vecino ni siquiera se entera de lo que ocurre en su barrio, pero sí sabe exactamente de los atascos de gente en el metro o del smog de la capital. Larraín (1996:27).

La globalización implica que nuestras vidas están cada vez más influidas por hechos que ocurren lejos del entorno en que desarrollamos nuestras actividades. Todo el mundo forma parte de un único sistema, en el que todo está relacionado. Comas (2002:92).

Las televisoras locales son claves en la defensa de la identidad local,

pero para ello necesitan hacer una serie de transformaciones urgentes. En este punto experiencias de televisoras locales internacionales son bastante interesantes. Así por ejemplo, José María Guirado, director General de Medios Digitales del Grupo Vocento, manifiesta que la excelencia del contenido es esencial para atraer inversión y la proximidad de él también debe ser un tema a controlar por la legislación. Para el ejecutivo existen dos clases de televisión local, las que son y las que no son televisiones. Hay emisoras que son soportes de bingos, de contenidos de servicios teóricamente de valor. Esos son contenidos que están perjudicando a la idea global de la televisión, porque producen rechazo en clientes nacionales, en centrales y en agencias. Badillo (2004:56).

Diferentes investigaciones de alcance europeo, relacionadas con la televisión local y regional, coordinadas por el Instituto de la Comunicación en la década pasada revela que el número de experiencias de televisión de proximidad no ha parado de crecer en la Unión Europea y aunque la cuantificación de las audiencias resulta bastante más difícil que la propia contabilidad de experiencias, se puede afirmar que hay más gente que nunca que ve regularmente programas de proximidad. En el futuro multicanal la programación de proximidad tiene asegurado su nicho, no tendrá que conquistarlo, porque la demanda está garantizada. Vacas (2000:179).

Si hay un lugar social en donde se confirma la circulación mundializada de la cultura, pero a la vez el crecimiento de las afirmaciones locales es la televisión Martín-Barbero (1999:54). Sin embargo, para aprovechar estas oportunidades hace falta un cambio de mentalidad en sus directivos, ya que hasta ahora el sector ha vivido en una cierta introspección y al margen de los circuitos comerciales y ferias mundiales de programas. La globalización es inexorable, lo que hay que hacer es aprovechar al máximo las nuevas oportunidades que ofrece, e intentar evitar los peligros que plantea. Vacas (2000:180).

Mauro Mosciatti, gerente de *Canal 9 Regional* de Concepción, manifiesta que la única ventaja que tienen los canales locales frente a los nacionales es:

El tema de la identidad local y para conseguir identidad local y que sea ésta una fortaleza, ésta funciona en la medida que se hace un medio de comunicación y no de entretenimiento, si eres un canal local enfocado a la entretenimiento, estás perdido. Puedes hacer un matinal, pero va a funcionar en la medida que tengas temas locales. Tienes que trabajar un concepto distinto y por tanto ser menos comparable.⁵⁶

La Televisión local tiene que alejarse de los contenidos más generalistas y evitar imitar a las grandes televisoras de cobertura nacional e internacional. En ese afán la capacidad de convertirse en una televisión de proximidad es clave, esa es la única manera que tendrán las estaciones locales de sobrevivir ante el aumento considerable que experimentará la oferta televisiva en los próximos años. Para nadie es un misterio que la TDT permitirá entre cuatro o cinco canales (programas) por cada una de las actuales emisoras, dando origen así a la televisión temática y dirigida a públicos mucho más específicos. Ello sin contar las emisoras de las comunidades autónomas y regionalistas.

Por ello la televisión local debe adaptar sus contenidos a las nuevas oportunidades que le abre la TDT. La convergencia de medios, Internet y por sobre todo la aún desconocida y inexplorada interactividad, son elementos indispensables para conquistar y fidelizar las audiencias de sus

⁵⁶ Vallejos, W. (2005). TV Regional, Televisión con identidad. *Revista CNTV*, p.56.

comunidades. Entre los vaticinios de expertos se repite la idea que dice relación con que la multiplicidad de ofertas finalmente jugará a favor de la televisión local, ya que los ciudadanos sintonizarán la televisión local buscando su propia identidad.

La intención de satisfacer la necesidad de información con respecto a lo que le es propio, sus vecinos, su barrio, sus problemas y sus oportunidades. Esto es una ventaja propia de la TDT local y algo inalcanzable para las estaciones de cobertura nacional o regional.

Es ese desafío el que le da a la vez cierta ventaja a la televisión local, pues el término teledifusión no se aplica para las televisoras con esta cobertura. El público deja de ser difuso y pasa a ser parte de un nicho publicitario concreto, con unas necesidades específicas y también con anunciantes propios que pueden ayudar a financiar parte de la parrilla programática a través del patrocinio.

3.4 Modelos Internacionales de TDT: Europa y América del Norte

Es precisamente la relación que existe entre la TDT y el mundo digital lo que coloca al nuevo sistema de televisión en la agenda de la Unión Europea con respecto al acceso de todos los ciudadanos a los bienes y servicios de la sociedad de la información, ubicándola además en la posición de candidata natural a sustituir a la universal televisión tradicional.⁵⁷

⁵⁷ García, M. (2006). Políticas europeas de televisión digital terrestre. Antecedentes, caracterización y alternativas. *Revista Latina de Comunicación Social*. N° 61. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/819/81996104.pdf>

Dicha posición de privilegio, también genera grandes expectativas a nivel mundial que muchas veces pueden resultar exageradas. Si bien la TDT generará la posibilidad de nuevos canales, mayor programación, mejor calidad y una posible, pero aún poco lograda interactividad, el éxito de la TDT depende básicamente del modelo a implementar en cada nación dónde se aplique. Así entonces la TDT puede resultar muy positiva en un país, pero nefasta en otro donde por ejemplo la incorporación de nuevos protagonistas, entiéndase televisoras, no sé de del todo o bien los contenidos sigan siendo los mismos. De lo que no hay dudas es de sus ventajas técnicas y ellas dependen en gran parte de la norma de emisión del sistema, sea esta ISDB, DVB o ATSC. Con respecto a las dos últimas, la pugna se ha extendido prácticamente a todo el planeta. Mientras que la primera se ha hecho fuerte en Europa, la norma americana ha hecho lo suyo en América del Norte y en los países donde durante décadas ha tenido una fuerte influencia internacional.

América Latina se ha mostrado como un mercado atractivo para ambas normas de televisión digital. Sin embargo, les ha costado posicionarse, especialmente después de que el gigante televisivo Brasil hiciera una jugada que nadie se esperaba: optó por una norma híbrida de naturaleza japonesa, ISDB. Como consecuencia de ello, Argentina desistió de la norma americana y dejó su decisión pendiente, mientras que Chile en octubre del 2009 y a meses de que la presidente Michelle Bachelet dejara su cargo, optó por la norma japonesa sorprendiendo a todos quienes pensaban que por ser Chile un país conservador no se arriesgaría a cambiar de norma, más aún si se tomaba en cuenta que durante 40 años de televisión analógica el país había funcionado con la norma americana NTSC.

Mientras la pugna de las normas se desarrolla en Latinoamérica, en Europa ya el modelo de TDT se encuentra operando eficazmente. De hecho, en España el día 03 de abril del 2010 se produjo el apagón

analógico y la TDT se hizo presente dos años antes del plazo entregado por la Unión Europea (2012). De hecho, según el último informe de Impulsa TDT (marzo del 2010), un 98, 57 % de los españoles ya accedía a la señal de la TDT, es decir más de 45 millones de ciudadanos españoles.⁵⁸ A la fecha de esta investigación, el modelo de TDT español que funciona con la norma DVB-T ofrecía una oferta de 20 canales de cobertura nacional, 46 canales autonómicos públicos y privados y 671 canales locales adjudicados en todo el territorio, aún cuando todavía no emiten todos en su totalidad.⁵⁹ Respecto a cómo opera el modelo, la señal es recepcionada de forma gratuita por televisores integrados o descodificadores, que transforman los datos digitales en información analógica para aquellos televisores que no son digitales. Cada canal o emisora “empaqueta sus señales” en multiplex específicos y ésta se recepciona a través de antenas particulares o colectivas de los usuarios. Bits de información que luego son transformados en imagen y sonido por los descodificadores.

Hay que destacar que si bien la señal de TDT es gratuita existen algunos canales dentro de la oferta que son de pago, como por ejemplo *Go/televisión*, al que se puede acceder a través de la plataforma interactiva, así como también a otras ofertas de pago que trae anexadas la TDT española.

España se suma así a otros países europeos como Luxemburgo que fue el primer país del mundo en apagar su señal analógica, en septiembre del 2006. Holanda en diciembre del mismo año. Andorra y Finlandia en septiembre del 2007; Suecia en octubre y Suiza en noviembre del 2007. Mientras que Bélgica y Alemania apagaron sus señales analógicas en noviembre del 2008.

En el caso del Reino Unido el rumbo hacia la televisión digital no ha

⁵⁸ Extraído el 15 de mayo de 2010 de: <http://www.impulsatdt.es/pdf/Informe-Final-TDT-2010.pdf>

⁵⁹ Extraído el 15 de mayo de 2010 de: <http://www.impulsatdt.es/consumidores/contenidos-TDT/local/concursos.php>

sido fácil. Comenzó a finales de los años 90 con el lanzamiento del operador ONdigital. Una plataforma de pago que entró a competir directamente con el cable y el satélite y que tuvo un rotundo fracaso, especialmente por el escaso número de suscriptores. Urquiza (2009:164). Así entonces, en el 2004 se estableció un modelo de TDT mixto, lo que considera canales gratuitos a través de la plataforma Freeview y de pago mediante Top Up televisión.

Los comienzos de la televisión digital terrestre en el Reino Unido se remontan a 1995 cuando se publica el *White Paper Digital Televisión: The Government's Proposal*. En este documento se mencionaba la digitalización de la señal y para ello se contaba con 6 canales de frecuencia disponibles, lo que serían multiplexados, albergando cada uno a un mínimo de tres programaciones. Cada uno de los canales que componían el servicio público tendría un espacio dentro de las frecuencias reasignadas para la TDT, ello resultado de la política gubernamental que veía como indispensable dar el espacio y participación en las nuevas tecnologías a las estaciones públicas, como una herramienta para mejorar el servicio de televisión. (Goodwin, 2005).

El apagón analógico en el Reino Unido está previsto para el año 2012, aún cuando hay que decir que se trata de uno de los mercados de televisión digital más avanzados de Europa, pues las emisiones digitales ya han alcanzado una cuota de mercado del 57 %; aproximadamente el 16% de los hogares británicos disfruta ya de Televisión Digital Terrestre (TDT) y el 74% se encuentra en zonas de cobertura, por lo que podría acceder si quisiera.⁶⁰ De hecho hay ciudades como Whitehaven, en el condado de Cumbria, donde el apagón es una realidad desde el 2007.

⁶⁰ Roel, M. (2009). El reto de la televisión: El "apagón analógico" y la consolidación de lo digital. *Revista Chasqui*, N° 105. Disponible en <http://chasqui.comunica.org/content/view/477/1/>

Actualmente la TDT en el Reino Unido presenta algunas desventajas frente a la televisión de pago, que son replicables en otros países, donde se incluye el cable y el satélite. Por un lado el satélite tiene una mejor cobertura que la TDT, pues puede llegar a cualquier parte sin ningún problema. Por otro la flexibilidad de programación gracias al Video On Demand y además una mejor oferta, con mayor variedad, contenidos más específicos y variados. Sin embargo, la TDT en el Reino Unido goza de una ventaja fundamental que compensa cualquier desventaja: su gratuidad. Urquiza (2009:196).

El caso de Francia y su TDT se asemeja al del Reino Unido, especialmente en su mixtura entre canales libres de pago y otros pagados. Comienza la carrera de la TDT el año 2002 y tiene previsto su apagón analógico para el 2011. Francia es un país acostumbrado a la televisión de pago, un factor que se consideró a la hora de construir el modelo de TDT.

Francia fue el primer país de Europa y segundo del mundo en incorporar televisión digital a través del satélite. Sin embargo, será uno de los últimos en lanzar la TDT. Así el mercado actual de la televisión se encuentra dividido, un 30 % accede a través de un vínculo de pago, sea éste cable o satélite, mientras que el 70 % restante, antes de la digitalización terrestre, recepciona la señal través de vía hertziana. Urquiza (2009:279).

Si se habla de televisión en Francia es imposible no destacar la fuerte influencia de la televisión IP, de hecho de los 2,9 millones de usuarios que este tipo de televisión tiene en Europa, 1,3 millones son franceses, alcanzando casi la mitad de los ingresos que IPtelevisión posee en todo el continente europeo.⁶¹

⁶¹ (2007, Abril). French IPTV Market leads in Europe. *Screen Digest*.

En cuanto a la TDT francesa el año 2000 es clave pues se promulga una ley donde se dan los primeros pasos hacia la digitalización de la televisión. En ella se establece el período de *simulcast* y la posibilidad de que los canales terrestres tengan una señal de TDT. Los privados, según la normativa, no podían controlar más de cinco estaciones o programas y con posteriores decretos también se les limitaría la cantidad de producción extranjera presente en la parrilla de programación, con la finalidad de dar protección a la industria nacional. Por otro lado, el Consejo Superior del Audiovisual Francés, CSA, debía garantizar la implantación de canales gratuitos por sobre de los de pago, con la finalidad de garantizar el acceso de la población a la TDT y además hacer más pluralista los contenidos.

De esta manera el modelo de televisión digital francesa apuntaba por un lado a estimular el surgimiento de nuevos canales libres de pago, desarrollando a su vez un mercado de TDT con contenidos exclusivos por los que obviamente se pagaría, así como también el incorporar canales locales a la oferta programática. El último día de marzo del 2005 se dio el vamos a la TDT en Francia con una oferta de 14 canales en abierto, aún cuando sólo un 35 % del país tenía cobertura, tomando en cuenta que los usuarios además de la cobertura necesitan de un descodificador para recepcionar la señal. En otras palabras, la TDT en Francia tuvo un comienzo discreto y difícil, con barreras importantes de saltar como es el sólido mercado de la televisión de pago; la fuerte entrada de la IPTelevisión y el problema de sombras de cobertura que hasta el 2007 dejaba cerca de un 15% del país sin poder recibir la señal. Panorama que sólo tendería a aclararse con la venta masiva de descodificadores en las semanas posteriores al lanzamiento.

La oferta de la TDT en Francia quedó integrada por 28 canales, 17 abiertos y 11 de pago, que son distribuidos por cinco múltiplex dejando el último para la distribución de la televisión móvil y HD. La televisión de pago, incluida en la TDT, quedó enmarcada en el Neotion TNT France, NTF. Un

distribuidor oficial regulado por el CSA, y que surge como una manera de incentivar el acceso de los usuarios a la TDT, con un precio muy mínimo de acceso.

En cuanto a la televisión local, el modelo de TDT regulado por el Consejo Superior del Audiovisual Francés, CSA, estipula que los canales locales analógicos que se encontraban funcionando tienen garantizada su emisión en digital, mientras que los nuevos que surjan deben postular a un concurso de concesión regulado por el CSA.

Si bien la TDT francesa ha optado por una estrategia basada en la calidad técnica y en el valor de sus contenidos, no ha apostado por el lanzamiento de servicios interactivos o de conexión con las administraciones públicas. La función de la televisión terrestre de esta manera sigue siendo la misma que con la señal analógica, aunque el lanzamiento de la TDT sirvió para reformar el sector audiovisual, regenerar la industria a través del HD; reducir el impacto de la distribución publicitaria, con el lanzamiento de los canales de pago y principalmente dar entrada a nuevos actores en el mercado televisivo. Urquiza (2009:296).

La TDT en Alemania, en tanto, se inicia en agosto del 2003 con un hecho inusual en materia de televisión digital, pues se lanza la TDT y simultáneamente se produce el apagón analógico en Berlín, convirtiéndose en el único país que simultáneamente ha encendido su señal digital y ha apagado su analógica en algunos lugares específicos, en una especie de apagado progresivo. Sin embargo, la TDT como oferta de transmisión tiene una importancia menor en Alemania, pues la televisión de pago desde la década del 80 que ha dominado el mercado, especialmente en el cable y satélite que, según datos del 2007, juntos logran llegar a más del 90 % de los hogares con Televisión en Alemania, que en su totalidad alcanzan cerca de los 30 millones de hogares. Ello se entiende cuando se considera que los ciudadanos alemanes pueden recibir el satélite completamente gratis,

pues en una de las alternativas que poseen, sólo tienen que comprar el receptor por una suma que no supera los 250 euros y acceden a una oferta de más de 125 canales ofrecido por la cobertura del satélite Astra a todo el país, 60 de los cuales son en idioma alemán. La gratuidad del servicio se debe en gran medida a que son los canales o televisoras las que pagan la difusión de su señal.

El modelo alemán presenta ciertas similitudes con el español, ya que basa su oferta en canales abiertos y gratuitos. Su explotación se realiza desde cada uno de los radiodifusores y no a través de alguna plataforma como el caso francés y su NTF. Debido a la organización político-administrativa del país, en regiones o *landers*, se dificulta una visión global de la oferta audiovisual, pues cada autoridad regional es responsable de las concesiones de licencias. De ahí que a excepción de los operadores ARD y ZDF, además de los privados RTL y ProSteben/Satl, no existen apenas operadores nacionales y, por tanto, la oferta de contenidos difiere mucho de una región a otra Fariñas (2008: 240).

La TDT en Alemania que completó el apagón analógico el 2010 ha incorporado algunas características únicas y bastante interesantes, como la gratuidad del servicio y un período de *simulcast* que no se extiende más allá de 9 meses. Además el coste adicional que sugiere transformar la señal analógica a digital es subvencionado por el Estado Alemán. Con la finalidad de competir con el cable y satélite, la TDT aún no ha incorporado la modalidad de programación de pago, como si lo tiene España, Francia o Inglaterra, centrando los esfuerzos en la portabilidad y movilidad de la señal.

Al otro lado del Atlántico, específicamente en Estados Unidos, la TDT ya es una realidad desde febrero del 2009. La norma de emisión utilizada por los norteamericanos es la Advanced Television System Committee, ATSC, cuyo principal fin es la transmisión Higt Definition o HD.

La digitalización de la televisión comienza en 1997, un año después de la *Telecommunications Act of 1996*. Ley que permitió el que a los canales se les agregara un canal de 6 MHz por el cual podían transmitir una señal digital HD o standart; información de datos o incluso productos Pay Per View en un sistema de *simulcast*⁶². Ello hasta el apagón analógico fijado en un principio para el 31 de diciembre del 2006, pero que luego sería extendido al 2009. La única exigencia de la transmisión era dar un informe económico anual a la *Federal Communications Comisión*, FCC, de los ingresos o gastos que la capacidad adicional otorgada les había generado.

Aunque suene contradictorio la TDT no ha tenido un desarrollo fácil en los Estados Unidos, más aún cuando cerca de un 70 % de los hogares estadounidenses está dominado por la televisión de pago, sea cable o satélite, con ofertas de contenidos exclusivos y dirigidos que la televisión abierta no puede imitar. Una de las razones que logró retrasar el apagón analógico -del 31 de diciembre de 2006 al 17 de febrero de 2009- fue el desconocimiento de los usuarios sobre las utilidades de la televisión digital. Junto con ello se sumó la escasa penetración de sintonizadores. De hecho, a principios de 2005 sólo un 3 % de los hogares americanos tenían sintonizadores capaces de convertir la señal analógica en digital. A lo anterior se sumaba que las ventas de televisores adaptados, sintonizadores y suscripciones a cable y satélite que ofrecían emisión en HD no eran suficientes para lograr el 85 por ciento de penetración que exigía la FCC para el apagado analógico hacia finales de 2006. Otra de las barreras fue el errado intento de emisión de algunos radiodifusores terrestres que no podían transmitir en zonas donde sí existían equipos preparados para recibir la emisión en digital. Así, algunas localidades con receptores preparados pero sin servicios de cable o satélite digital no podían contribuir

⁶² El *simulcast* es un período de tiempo en el que los canales o televisoras pueden transmitir en analógico y digital paralelamente. Internacionalmente la tendencia es aplicar el *simulcast* en forma previa al apagón definitivo, como apara ajustar algunas variables y acostumbrar al usuario al nuevo sistema de televisión. Existen algunas excepciones como Alemania donde simplemente se apagaron las señales analógicas de algunas ciudades como Berlín.

a cumplir con el objetivo. Los operadores de cable jugaban un papel crucial, ya que en 2005 sólo un 20 % aproximadamente de los hogares recibía servicios de televisión terrestre (21 millones), mientras que un 57 % (64 millones de hogares) lo hacía a través del cable. Por tanto, el cable se preveía como el sistema más adecuado para transportar la señal digital de los canales terrestres, bajo las denominadas reglas de *must carry*.⁶³ Los canales locales pensaban que para el transporte de la señal digital -al igual que ocurría con la señal analógica, especificado en el *1992 Act*- podrían utilizar el sistema del cable; sin embargo, la oposición de la National Cable Television Association (NCTA) fue clara, bajo el argumento de ser ellos los que eligieran qué canales transportarían.⁶⁴

Iniciado el 2006 un subsidio de 40 dólares permitió aumentar notablemente el número de receptores en EE.UU. Sin embargo, aún continuaba el problema de aquellos hogares que teniendo el sintonizador, no estaban conectados a cable o satélite para recepcionar la señal, considerando el 71% de penetración que la televisión de pago tiene en Estados Unidos. El fondo a la larga resultaría insuficiente, ya que más de un millón de hogares estadounidenses no lograron acceder al cupón de ayuda.⁶⁵

En tanto, la *Public Broadcasting Service* comenzó a emitir en TDT en mayo del 2006 en 331 estaciones, incluyendo HDtelevisión, Multicasting y emisión de servicios interactivos adaptados a sus finalidades educativas y culturales. Un plan ejemplar, pero de repercusiones muy limitadas, dada la audiencia marginal de la cadena pública. Bustamante (2008:13).

⁶³ La regulación *Must Carry* comenzó en los EEUU, como una exigencia de la FCC. Ello a raíz de un conflicto con Turner Broadcasting, donde se exigió que los operadores de Televisión por Cable, CATV, debían de proporcionar todos los canales, tanto comerciales como públicos, disponibles en un radio de 50 millas de la estación de cabecera de la red de cable. Esto con la finalidad de prevenir que los sistemas de televisión por cable afecten los intereses de las emisoras de libre difusión.

⁶⁴ Urquiza, R. (2009). Hacia la digitalización televisiva en EEUU. Un largo camino hacia la liberación de espectro. *Revista Telos*, N°81, p. 42.

⁶⁵ Hart, K. (2009, Enero 8). Obama urge delay in digital TV switch. The Washington Post. Extraído el 25 de mayo de 2010 de: http://www.washingtonpost.com/wpdyn/content/article/2009/01/08/AR2009010802586_pf.html.

Durante gran parte del 2007 una campaña de difusión de la TDT destinada a ancianos, minorías, grupos de riesgo social y en general a aquellos grupos de usuarios que podrían retrasar la transición permitió extender los conocimientos del nuevo sistema de televisión entre los norteamericanos.

A ello se sumaba un etiquetado obligado en receptores y sintonizadores de TDT, donde se explicaban las características del producto y las ventajas del nuevo sistema.

Todas estas medidas, sumadas a algunas impuestas por el presidente Obama donde destacaba un nuevo fondo para los sintonizadores y la creación de una oficina de información mucho más cercana a la gente, a la larga no tuvieron el éxito esperado. Llegado el apagón en junio del 2009, tras un alargue del plazo inicial propuesto para febrero del mismo año, aún quedaban cerca de tres millones de hogares sin receptores ni sintonizadores para recibir la Televisión digital.

En Estados Unidos el éxito de difusión y penetración de la televisión digital depende en gran medida de la televisión de pago y de sus operadores, especialmente cable y satélite, pues la TDT como tal tiene una escasa tasa de penetración en los hogares norteamericanos. Es en esas parrillas de programación, abundantes en ofertas para públicos específicos, donde tienen que competir las estaciones locales norteamericanas. Un panorama difícil, no exento de retos económicos para hacer rentable la empresa y la programación.

Canadá por otro lado se lo toma con calma, de hecho programó su *switch off* o apagón analógico para el 31 de agosto del 2011, casi dos años después de su vecino Estados Unidos, eligiendo la norma de transmisión ATSC. La venta de descodificadores comenzó a elevarse lentamente a partir de la segunda mitad del 2009 y a diferencia de Estados Unidos no existe ningún tipo de subsidio para su adquisición, ni tampoco obligaciones

de etiquetado informativo para los proveedores de receptores ni menos para los proveedores de sintonizadores. Tampoco hay exigencias como el *Must Carry* impuesto por EE.UU. que obliga a los operadores de cable y satélite a llevar la señal analógica de las estaciones locales, para luego transformarlas en digitales si fuese necesario.

En Canadá no ha habido políticas concretas, iniciativas legislativas, económicas o sociales para mover la industria de la televisión convencional a la digital a través de los servicios aéreos. Del mismo modo, la industria de producción de Canadá no ha tenido incentivos para proporcionar capacitación y financiamiento HD más allá de lo que actualmente ofrece el mercado.⁶⁶

Esto se traduce en que la CRTC, *Canadian Radio Television and Telecommunications Commission*, cree más en un sistema de transición analógico digital voluntario que sea autoregulado por el mercado y sus protagonistas, más que en imponer un sistema donde el Estado establezca plazos fijos y metas específicas. Lo anterior se explica si se toma en cuenta que la televisión por cable está presente en casi el 90 % de los hogares del país del norte, con una escasa penetración de la televisión aérea. De hecho, el sistema de multiplex que actualmente funciona en EE.UU. y Europa tampoco sería adoptado por Canadá, pues según establece la CRTC ellos prefieren ampliar en 14 horas semanales la programación digital de cada estación y así revisar la posibilidad de que nuevos protagonistas ingresen al espectro.⁶⁷

Actualmente ya existen algunas estaciones que están transmitiendo simultáneamente en forma analógica y digital. Es el caso de *City televisión*

⁶⁶ Mc Ewen, M. (2006). A report to the crtc on digital transition strategies in a number of different countries. Extraído el 26 de mayo de 2010 de : www.crtc.gc.ca

⁶⁷ (2002). Canadian Radio-television and Telecommunications Commission. Broadcasting Public Notice CRTC 2002-31. Extraído el 27 de mayo de 2010 de: <http://www.crtc.gc.ca/eng/archive/2002/pb2002-31.htm>.

que comenzó a emitir en el 2003 o de la cadena *CBS* a través de *CBLT* oriental que a partir del 2005 comenzó a transmitir algunos eventos deportivos específicos en HD. A pesar de la lentitud con la que se expande la TDT en Canadá, que hacen dudar del éxito del apagón analógico, ya algunas estaciones de televisión tienen asignado un múltiplex. En muchas ocasiones para resguardar el espectro en algunos lugares fronterizos con Estados Unidos.

Hasta el 2008 la TDT sólo estaba presente en un puñado de ciudades canadienses, como por ejemplo la ciudad de Quebec, Montreal, Ottawa, Toronto, Hamilton, Ontario., Londres, Ontario., Calgary y Vancouver. Sin embargo, en aquellos lugares cercanos a Estados Unidos existen miles de canadienses que pueden recibir las señales digitales de emisoras americanas como es el caso de la ciudad de Windsor, Ontario, donde sus habitantes pueden recibir más de 45 señales digitales americanas, pero ninguna canadiense.⁶⁸

El escaso mercado canadiense de TDT cercano al 10 % genera muchas dudas en los inversores y sobre todo en quienes deben convertir su señal a digital, así por ejemplo el presidente de *Ctelevisión Globemedia*, Iván Fecan, manifestó en una de sus reclamaciones contra la CRTC que

La desconexión analógica está forzando a gastar millones de dólares para el beneficio de una pequeña fracción de su audiencia, no podemos justificar una inversión de varios cientos de millones de dólares para llegar a un nueve por ciento del mercado, sobre todo cuando esta inversión no genera ingresos adicionales en un negocio que ya está al borde del abismo.⁶⁹

⁶⁸ Extraído el 27 de mayo de 2010 de : <http://www.cbc.ca/canada/story/2009/06/01/f-digital-tv-transition.html>

⁶⁹ (2009, Junio, 12). CBC News Canadá. Disponible en <http://www.cbc.ca/news/>

3.5. Televisiones ventanas, un riesgo para la Televisión Local

Existe una propuesta tipológica impulsada por Pierre Musso en 1991, donde se establece una distinción entre “televisiones espejos” y “televisiones ventanas”. Desde el punto de vista de una región o ciudad, una televisora de proximidad puede actuar a modo de “espejo”, reflejando la realidad local con una programación completa e independiente, o como una “ventana”, insertando en una programación de carácter nacional espacios desconectados dirigidos a la región o ciudad en la que está situado el canal.

Las televisoras “ventanas” son en cierta manera desconexiones de las programaciones de ámbito nacional, con la intención de insertar emisiones regionales o locales en zonas específicas. Dichas desconexiones son emitidas en forma simultánea en diferentes territorios del país y son producidas por delegaciones de organismos televisivos centrales o por emisoras regionales independientes que se asocian entre sí, con la intención de producir en común para un canal nacional en el que se insertan las desconexiones que producen ellas mismas. Estas desconexiones pueden durar entre media hora y hora y media diaria y por lo general son del género informativo.

Mientras que las “televisoras espejos” se refieren a las emisoras que difunden programaciones completas dirigidas específicamente a una región o localidad y que son elaboradas por organismos televisivos de implantaciones regional o local, que son independientes de las emisoras nacionales. Se diferencian de estos últimos, pues tienen la misión de reflejar la realidad de esa región o localidad con programas de producción propia, que buscan satisfacer los gustos y necesidades de las audiencias con contenidos cercanos a su experiencia cotidiana o programas de proximidad. Moragas (1999:24).

Dicha clasificación, si bien está dirigida a agrupar la realidad de la televisión local europea según la función comunicativa de las emisoras, también se puede aplicar a la realidad de la televisión local en Chile. Desde ese punto de vista serían televisiones “ventana” las desconexiones que poseen *TVN* y *Canal 13* a lo largo del país y serían televisiones “espejo” todas aquellas emisoras independientes que concentran su programación diaria en contenidos propios de la localidad donde están inmersos.

Si bien esta clasificación para algunos sólo permite agrupar en uno u otro bando a las televisoras, la verdad que esconde una realidad peligrosa para la subsistencia de la televisión local de proximidad. Esto se ha visto ya en algunos países donde la televisión local ha alcanzado importantes márgenes de desarrollo como España. En el país ibérico la concentración de la propiedad de los medios locales, se ha convertido en un arma propagandística en pro de grupos específicos, como también en un nicho publicitario donde colocar anuncios. Así lo han entendido grandes grupos económicos como *Localía TV*, *Vocento* o *Popular TV*. El primero de ellos un modelo de televisión que combina los espacios locales más cercanos a los espectadores, con contenidos generalistas de calidad. *Localía TV* agrupa a más de 100 emisoras y está presente en el 89 % de las localidades de más de 100 mil habitantes en España. El grupo *Vocento*, en tanto, gestiona televisoras a través de *Punto televisión*, marca bajo la cual se agrupan todas las televisoras locales y autonómicas de dicho grupo. Posee 50 televisiones en más de 39 provincias y proporciona cobertura a más de 12 millones de ciudadanos, lo que la convierte en la red de televisión local más importante del país. Por último, otro de los grandes en España es *Popular televisión* que se caracteriza por una programación religiosa. Es parte del grupo COPE y desde que se inició no ha parado de incorporar televisoras en España. Ruano (2008:169).

La presencia de grupos económicos en la televisión local si bien no se justifica, se explica en la medida que la oferta programática está

aumentando día a día y con ella el bombardeo publicitario. Las grandes cadenas buscan nuevos espacios donde posicionar su publicidad y las agencias se están interesando por un mensaje publicitario cada vez más dirigido. En ese sentido el público potencial de una televisora local es una muy alternativa interesante de expansión. Más aún, si consideramos que con la convergencia de medios el mensaje publicitario también estará presente a través de Internet o el teletexto. Ello explica, en el caso español, el interés de grandes cadenas y grupos económicos propietarios de medios escritos, radiales y televisivos en crear desconexiones en algunas comunidades específicas copando el espectro. Situación que también podría repetirse en Chile, si las autoridades siguen legislando al ritmo de los conflictos, es decir no anticipándose a los problemas, sino reaccionando a ellos.

Si bien es verdad que las nuevas tecnologías posibilitan el pluralismo y la diversidad de contenidos en los medios de comunicación, no es menos cierto que sin normas antimonopolios que limiten la voracidad de los grandes conglomerados, la posibilidad de que exista un real pluralismo se convierte en una entelequia, que sólo es mantenible desde una visión irreal e interesada. Rodríguez (2008:34).

La inquietud por la gradual concentración de la propiedad de los medios y sus probables efectos, reales e imaginarios, no es exclusiva de Chile. Si bien la formación de megaconsorcios multimediales es un fenómeno común a todo el planeta, la tradicional centralización geográfica chilena ha provocado una fuerte crisis de los medios de regiones no capitalinos, los cuales han sido desplazados por competidores mucho más poderosos. En efecto, casi no quedan canales importantes de televisión abierta locales, los pocos que se encuentran operativos a mediados del 2009 son bastante débiles y la mitad de ellos depende de la buena voluntad de la televisión pagada para poder llegar a sus audiencias locales ante la inexistencia de frecuencia de televisión abierta disponibles. Godoy

(2009:35).

El problema de las televisoras ventanas es un riesgo cierto para los canales propiamente locales, quienes además de tener que bregar por lograr una escasa publicidad que les permite subsistir y crear nuevos contenidos, quizás a futuro también tengan que compartir su audiencia no sólo con los canales regionales, sino también con las desconexiones locales o televisoras “ventanas”. Es decir subsedes de televisoras nacionales o cadenas, que emiten diariamente uno o dos informativos para su localidad.

Al igual que en la radio, la reducción de los canales locales a simples postes repetidores de una señal de cadena será la vía a seguir por los grandes grupos para amortizar costes y obtener beneficio, a cambio claro está, de la pérdida de los referentes locales en los contenidos, del sometimiento a la dictadura del mercado. Chaparro (2002:162).

Será responsabilidad de los organismos competentes velar por la democratización del espectro, donde el factor económico no sea el prioritario a la hora de asignar frecuencias. Quizás la verdadera revolución de la TDT esté en que por primera vez el ciudadano podrá hacer su propia televisión y en el caso de la televisión local hacerse partícipe de sus contenidos.

En ese sentido, el Gobierno de Chile ya ha mostrado algo de preocupación por el tema, incluyendo en el proyecto de Ley que modifica la *Ley N° 18.838* un punto especial que busca resguardar los principios asociados a evitar la concentración de medios televisivos. Dicho proyecto contempla la modificación del artículo 15 inciso quinto de la citada normativa legal. Estableciendo que no podrá otorgarse concesión de radiodifusión televisiva nueva alguna a quien sea titular o controle una concesión de radiodifusión televisiva.

3.6. TDT en Chile, rumbo al “apagón”

El 14 de septiembre del 2009 fue un día histórico para Chile en materia de avances tecnológicos, ese día la entonces Presidenta de la República Michelle Bachelet escogía la norma japonesa con adaptaciones brasileñas como la norma de transmisión de televisión digital en Chile. Fue una discusión eterna que se inició en el año 2000 con el gobierno de Eduardo Frei Ruiz- Tagle y que finalizó casi diez años después en el ocaso del gobierno de Bachelet. Esa ralentización en la decisión ocasionó que Chile fuera uno de los últimos países en sumarse a la transición analógica-digital de la televisión y por ende será también uno de los últimos en lograr el tan ansiado apagón analógico, fecha en el que las señales analógicas de televisión serán sustituidas por señales digitales con todas las ventajas que dicho sistema tiene.

El nuevo gobierno, encabezado por Sebastián Piñera, ha dado señales positivas en el tema. De hecho, el 19 de mayo del 2010 el recién asumido ministro de Transporte y Telecomunicaciones Felipe Morandé, manifestaba ante los medios de comunicación que:

En Chile, en cierta forma hemos frenado este cambio tecnológico por no tener la voluntad política de concretarlo. Los más perjudicados con este retraso son las familias de escasos recursos, porque en los hogares de mayor poder adquisitivo hoy se paga por ver televisión digital.⁷⁰

Una de las ideas de la autoridad es lograr acelerar la aprobación del Proyecto de Ley presentado en octubre del 2008, que ya fue discutido por la Comisión de Ciencia y Tecnología de la Cámara de Diputados. Proyecto

⁷⁰ Hrepich, B. (2010, Mayo, 18). Gobierno anuncia que transición a la televisión digital se completara en 8 años. *Emol*

que fuera impulsado por la entonces Presidenta de la República Michelle Bachelet, con la finalidad de adaptar la normativa legal existente y así lograr implementar de buena manera la TDT en el país.

Por otro lado el Ministerio de Telecomunicaciones y Transporte también inició el 19 de mayo del 2010 un período de marcha blanca en donde canales de cobertura nacional como *TVN* transmitirán su señal en *simulcasting*, es decir en forma paralela la señal irá por analógico, pero también en digital.

En una suerte de coincidencia absolutamente planificada, nuevamente un mundial de fútbol, como el de Sudáfrica 2010, resultó clave para el desarrollo de la televisión en Chile, pues quienes contaban con los decodificadores o con los aparatos receptores HD lograron ver los partidos del campeonato en alta definición y absolutamente gratis a través del canal estatal y su señal aérea.

Hay que recordar que el mundial de fútbol de 1962 se transformó en una de las primeras transmisiones masivas de televisión en el país, provocando una venta masiva de receptores, que tiene a Chile con uno de los promedios más altos de televisores por hogar en Sudamérica, de hecho en el 90 % de los hogares chilenos existe al menos un televisor.⁷¹ Luego sería el Campeonato Mundial de Fútbol de 1978, celebrado en Argentina, la fecha escogida para transmitir por primera vez señal de televisión en color a todo el país, tras 20 años de televisión en blanco y negro. Ahora fue el turno del campeonato de Sudáfrica, evento encargado de impulsar la compra de decodificadores o derechamente el cambio de los viejos receptores analógicos por modernos aparatos digitales, con la finalidad de que los chilenos logran receptionar la señal digital.

⁷¹ Lavín, J. (2002). *Chile Revolución Silenciosa*. Extraído el 28 de mayo de 2010 de : http://www.plataforma.uchile.cl/fg/semestre2/_2002/memoria/modulo4/clase3/doc/lavin.doc

Pero el entonces anunció del ministro Morandé también buscaba impulsar el programa *TVD* Chile, agencia encargada de guiar el desarrollo de la televisión digital por los próximos 10 años y de paso destrabar las inversiones de los canales nacionales que están esperando la promulgación de la Ley para hacer sus inversiones. Esa es la única forma de acelerar el período de *simulcasting* que pretende tras ocho años, es decir en el 2017, tener al menos un 85 % de la población bajo la cobertura de la TDT.

TVD es un programa de gobierno, encabezado por el Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones, que guía a Chile al apagón analógico, programado para el 2017. Dicha agencia impulsa el soporte técnico y legal que da el marco necesario para el desarrollo de la TDT, además de acortar la brecha entre la tecnología y el usuario. Dicha labor se concretó con el Decreto N° 136 del 2009 del Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones que estableció el estándar ISDB-T con compresión MPEG-4 como la norma de transmisión de televisión digital en Chile, dando el impulso para que el Ministerio por medio de la Subsecretaría estableciera las especificaciones técnicas del estándar definido para nuestro país.

Luego la resolución exenta N° 5.190 del 2009⁷² creó la Comisión Técnica Consultiva de Televisión Digital Terrestre, compuesta por representantes de la Subsecretaría de Telecomunicaciones, Universidades y de los canales de televisión. Su primera tarea fue proponer las especificaciones técnicas mínimas de los receptores de televisión digital terrestre. Dicha Comisión Técnica, basándose en las normativas de Japón (ARIB STD-B21 versión 4.6) y Brasil (ABNT NBR 15604, versión 2007), efectuó recomendaciones para las especificaciones técnicas mínimas de los receptores de televisión digital terrestre que se tradujeron en la resolución exenta N° 7219 del 30 de diciembre del 2009 del Ministerio de

⁷² Extraído el 28 de mayo de 2010 de :
http://www.subtel.cl/prontus_tvd/site/artic/20100106/pags/20100106113006.html

Transporte y Telecomunicaciones, donde se establecen las características tecnológicas que deben tener los aparatos receptores, decodificadores de señal (Set Top Box) y televisores digitales integrados, con la finalidad de compatibilizar la señal digital de televisión con las características de los aparatos y cuya aplicación permita la recepción libre y directa de la TDT por el público general.

En teoría el proyecto de ley que actualmente está en discusión en el Congreso, también conocida como la Ley de la TDT, garantiza y reconoce a las televisoras locales, regionales y comunitarias como tales, con derechos, pero también con deberes. Garantizando más de un 40 % del radioespectro eléctrico para su funcionamiento en señal abierta. Esta inclusión, de ser promulgada como Ley, garantiza un espacio para el desarrollo de la televisión local. Sin embargo, este nuevo sistema televisivo también trae consigo una serie de transformaciones para los canales locales, tanto en su estrategia de mercado, incorporación de tecnología, como en sus contenidos, que deberán adaptarse a las nuevas posibilidades que tendrán los ciudadanos con la TDT. Eso si quieren aumentar su margen de audiencia, pues es sabido que los contenidos programáticos actuales no siempre son los más atractivos para los espectadores, lo que merma considerablemente su audiencia. Díez (2003:171).

En el mismo sentido va el perseverar en generar contenidos locales de calidad, de manera que sea sustentable económica y operativamente es imprescindible para que no desaparezca la posibilidad de producirlos Pellegrini y otros (2009:56).

Por otro lado, el aumento de competencia producto de la multiplexión también implicará una readaptación de los medios locales al nuevo sistema de televisión. Esto, desde la perspectiva teórica-académica que defiende el que la proximidad adquirirá relevancia pues surgirán nuevas alternativas televisivas locales y regionales. Este hecho se explica más claramente en

la investigación *Televisión de proximidad en la era digital: experiencias de descentralización en la era digital* de Miquel de Moragas, donde se citan algunos ejemplos como el *France 3* que tras el cambio a digital se ha abierto a la programación de proximidad como una nueva forma de estrategia global. Algo similar ocurre con televisiones autonómicas españolas que han recuperado audiencia a pesar de la multiplicación exponencial de la oferta audiovisual española. Vacas (2000:29).

En ese sentido, también se vislumbra que la relación entre televisión e Internet será un desafío nuevo para las estaciones locales. Las nuevas oportunidades y redes que tendrán disponibles los canales constituyen un desafío programático y de actualización de contenidos. Incluso logrando crear nuevos medios locales basados en la convergencia entre Internet y televisión. De ellas se espera que se conviertan en algo más que una televisora, se busca que se transformen en un proyecto global. Para ello ya no basta con mejorar la calidad y la diversidad de los contenidos básicos, las estaciones tendrán el desafío de crear una programación educativa e interactiva a la que todos tengan acceso, con ventanas o links para todos los ciudadanos de la comunidad, según sus intereses personales y etéreos. Vacas (2000:33).

Existen otros puntos que están relacionados con la implantación de la TDT y que deben ser asumidos por las autoridades de gobierno y que de forma indirecta afectan a las televisoras locales. Por ejemplo, el garantizar el acceso público para todos. La televisión digital no puede ser democrática si no hay una voluntad política expresa que promueva la participación integral de la gente, que forme cívicamente a los ciudadanos y que dinamice el tejido social. Si no es así, la tecnología digital no cambiará las cosas. Y como todo lo demás contribuirá a legitimar el sistema ideológico hegemónico, con las imágenes y los temas que interesan a los valores sociales del mercado, donde destacan el consumismo, el individualismo y la iniciativa privada. Rodríguez (2008:19).

La TDT debe ser asumida con responsabilidad por parte del gobierno, pues trae consigo innumerables riesgos. El observar países donde ya se ha implementado es una buena manera de rescatar los aspectos positivos del cambio tecnológico y tratar de evitar aquellos aspectos que no le hacen bien a la TDT y que Manuel Chaparro en su libro *Sorprendiendo al Futuro* consigna de manera explícita, aludiendo al sistema de televisión vigente en España, encendiendo las primeras luces de alarma que es conveniente observar a la distancia. El sector de la televisión local hoy está dominado por empresarios privados advenedizos, ávidos de obtener rentabilidad económica desde una posición de privilegio facilitada por el empoderamiento que les otorga la posesión de audiencia, más que por la consideración de utilidad del servicio que prestan. El mercado publicitario de la televisión local, entendida ésta como televisión de proximidad, resulta insuficiente para atender las inversiones técnicas y retribuir dignamente a los profesionales. Estas circunstancias han traído como consecuencia una actitud clientelar de relación con la administración pública y los patrocinadores privados que pone en entredicho la objetividad. Chaparro (2002:159).

Pero no todos los pronósticos son negativos en esta relación entre TDT y televisoras locales. A juicio de José María Álvarez, académico de Comunicación Audiovisual de la Universidad Rey Juan Carlos y como manifiesta en su artículo *El futuro de la televisión*, en los próximos años los diferentes modelos de televisión, sean locales, nacionales o regionales se van a complementar. Los contenidos locales son importantes, pero no decisivos, y los contenidos globales van a dejar cada vez más nichos a los locales. Una muestra es el desarrollo que en los últimos años ha tenido la televisión local en España. Se observa la demanda de las televisiones locales, regionales y autonómicas ligadas al concepto de televisión de proximidad, pero ello será un complemento dentro de la dieta audiovisual, no decisiva, que los espectadores podrán elegir en un futuro. Peinado

(2005:139).

CAPÍTULO 4

Resultados Naturaleza y Desafíos de la Televisión Local

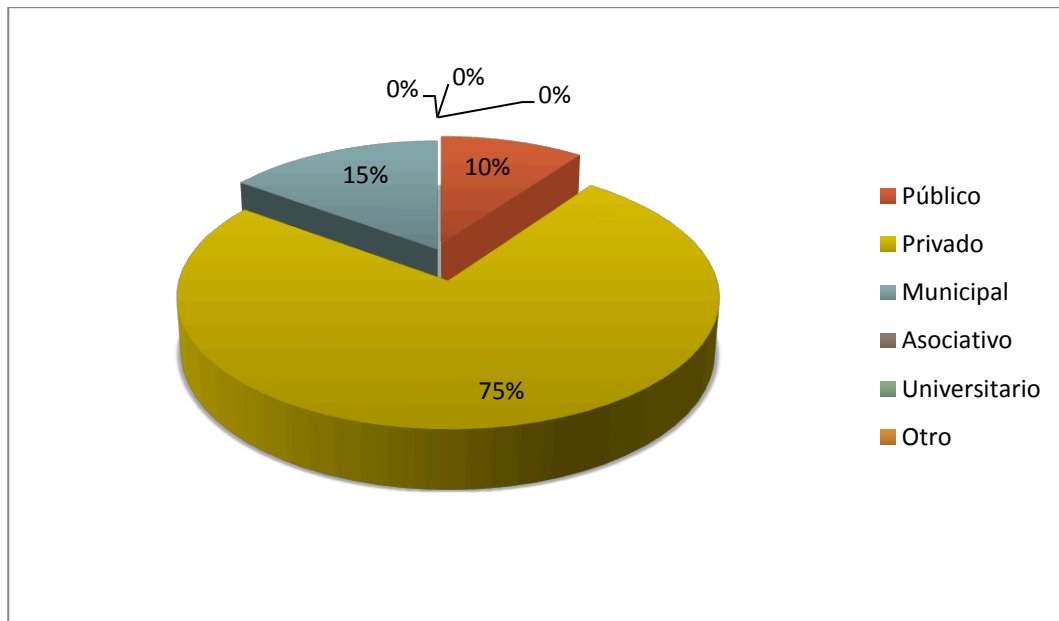
CAPÍTULO 4 RESULTADOS: NATURALEZA Y DESAFÍOS DE LA TELEVISIÓN LOCAL

Los datos que a continuación se exponen son el resultado de una investigación cuantitativa-cualitativa realizada a nivel nacional a los medios de televisión local de Chile. En total fueron encuestadas veinte televisoras y entrevistados personalmente en cada ciudad de origen ocho directores de medios locales representativos de las diferentes realidades que tiene la televisión local a lo largo de Chile.

Cabe destacar y como se expuso en el capítulo dedicado a la metodología, el instrumento de investigación fue validado por dos expertos quienes hicieron sus observaciones, una vez rectificado el instrumento fue aplicado vía mail y confirmado telefónicamente el llenado y envío del cuestionario.

La presentación de los resultados considerará los gráficos de torta por pregunta o tema de pregunta, más una pequeña descripción de los datos entregados por la figura. El contraste de la información será expuesto en el punto Análisis de Resultados, donde además de explicar los datos se contrastarán con las entrevistas no estructuradas en profundidad aplicadas a los directores de medios locales.

Hay que considerar que para la aplicación del cuestionario fue seleccionada una muestra de aquellos medios que se ajustaban dentro de la definición de canal de televisión local expuesta por el investigador y donde se considera como medio de televisión local a “toda emisora con o sin fines de lucro que, no importando su vínculo de transmisión, su señal no supere los límites geográficos de la región donde está situada dicha emisora y que cuente, al menos, con un programa de producción propia cuyos contenidos tengan relación con la identidad y realidad de los habitantes de la localidad donde se emite”.

Gráfico 1. Naturaleza del canal**Tabla 1.**

Naturaleza canal	Cantidad
Público	2
Privado	15
Municipal	3
Asociativo	0
Universitario	0
Otro	0

La mayoría de los canales locales de televisión pertenecen a entidades privadas, ya que tres cuartas partes de los medios encuestados responden a este tipo de organización. El 25 % restantes se divide entre municipales y públicos con un 15 y 10 % respectivamente.

No existen canales universitarios entre los encuestados, ni tampoco la alternativa “asociativos”, que involucra a más de una estación de televisión genera alguna preferencia.

Gráfico 2. Ingresos

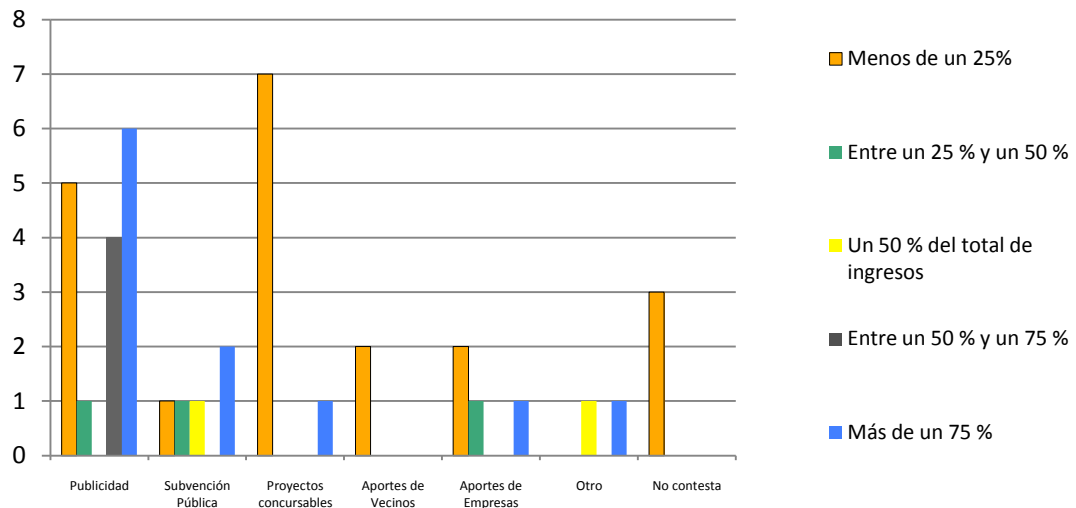


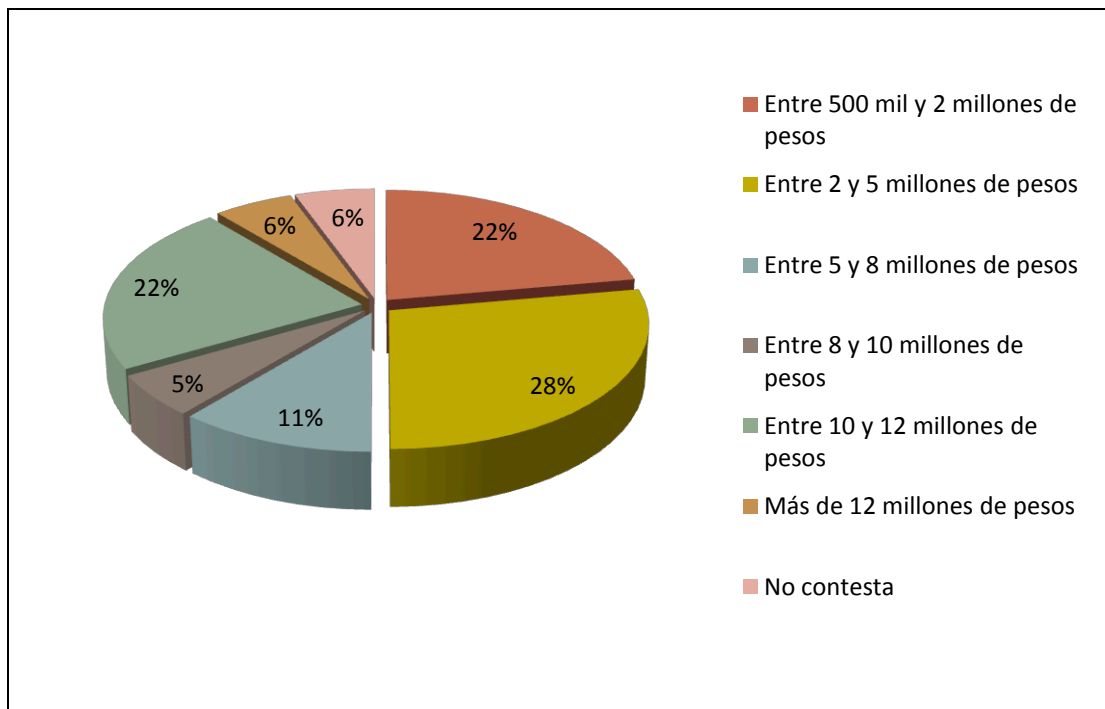
Tabla 2.

Ingresos por	Menos de un 25%	Entre un 25 % y un 50 %	Un 50 % del total de ingresos	Entre un 50 % y un 75 %	Más de un 75 %
Publicidad	5	1	0	4	6
Subvención Pública	1	1	1	0	2
Proyectos concursables	7	0	0	0	1
Aportes de Vecinos	2	0	0	0	0
Aportes de Empresas	2	1	0	0	1
Otro*	0	0	1	0	1
No contesta	3	0	0	0	0

La mitad de los canales reciben su financiamiento principal a través de publicidad, ya que 10 de los 20 canales encuestados respondieron que sus ingresos provenían, entre un 50% y un 75% y más de un 75%, de entradas de este tipo de ingresos. También destaca el hecho que 7 de los 20 canales encuestados, es decir un 35 %, manifiesta que los fondos concursables representan menos de un 25 % de su presupuesto, esto da

un índice de que los fondos concursables si bien es una fuente de financiamiento no representa un apoyo importante para la existencia de las televisoras.

Es necesario aclarar que se observó que los encuestados respondieron más de una alternativa, por lo que las cifras que se presentan en este Gráfico no concuerdan con la cantidad de encuestas realizadas.

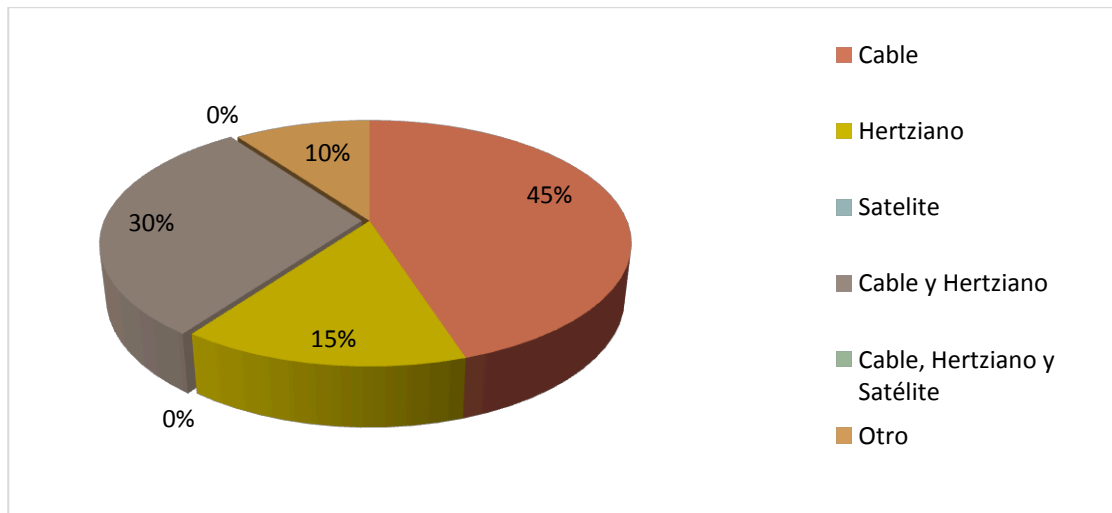
Gráfico 3. Gastos mensuales**Tabla 3.**

Gastos mensuales	Cantidad
Entre 500 mil y 2 millones de pesos	3
Entre 2 y 5 millones de pesos	5
Entre 5 y 8 millones de pesos	3
Entre 8 y 10 millones de pesos	1
Entre 10 y 12 millones de pesos	4
Más de 12 millones de pesos	1
No contesta	3

**Un euro al cambio del 31 de marzo del 2010 según el Banco Central de Chile es equivalente a 705 pesos chilenos. De ahí que un millón de pesos chilenos equivalgan a 1416 euros aproximadamente.*

La alternativa mayoritaria en la pregunta 3 es entre 2 y 5 millones de pesos mensuales en gastos operacionales por canal, con 5 preferencias equivalentes a un 25 por ciento de los encuestados. Así también se observa que muy pocos canales, sólo 1 de 20, considera más de 12 millones de pesos mensuales en operaciones. Dato que contrasta con el que la mayoría de los canales de televisión local, 11 de 20, opera con

menos de 8 millones de pesos mensuales equivalente a un 55 por ciento de los encuestados, sumadas las 3 primeras alternativas.

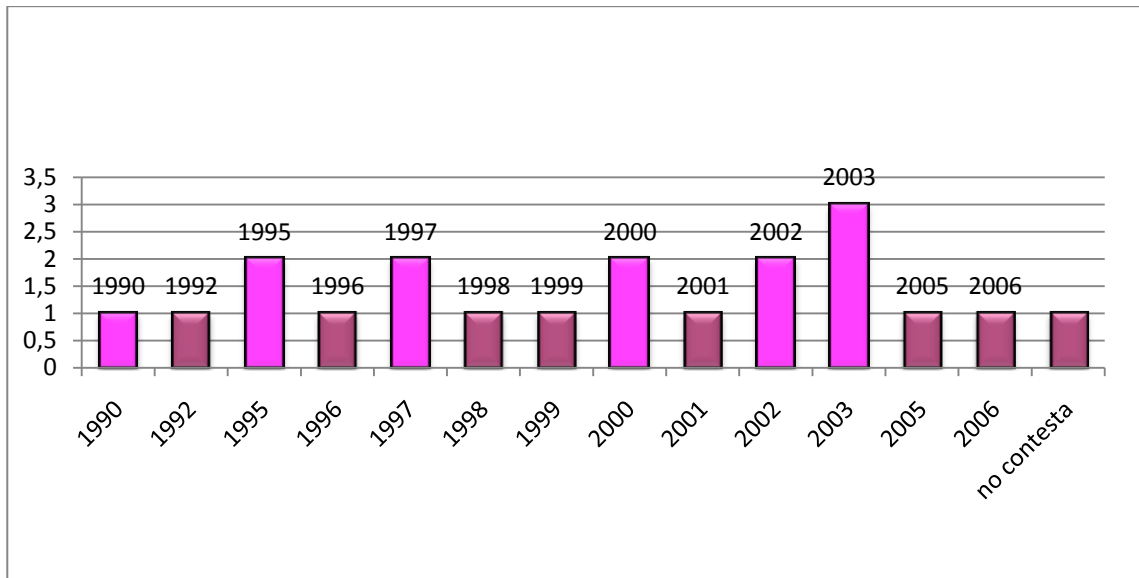
Gráfico 4. Sistema de transmisión**Tabla 4.**

Sistema de transmisión	Cantidad
Cable	9
Hertziano	3
Satélite	0
Cable y Hertziano	6
Cable, Hertziano y Satélite	0
Otro	2

La mayoría de los canales encuestados emite por señal de cable. Quince canales respondieron afirmativamente a alternativas que incluían este tipo de emisión, 9 lo hicieron exclusivamente para señalar que transmiten por cable y 6 optaron por la opción cable y hertziano.

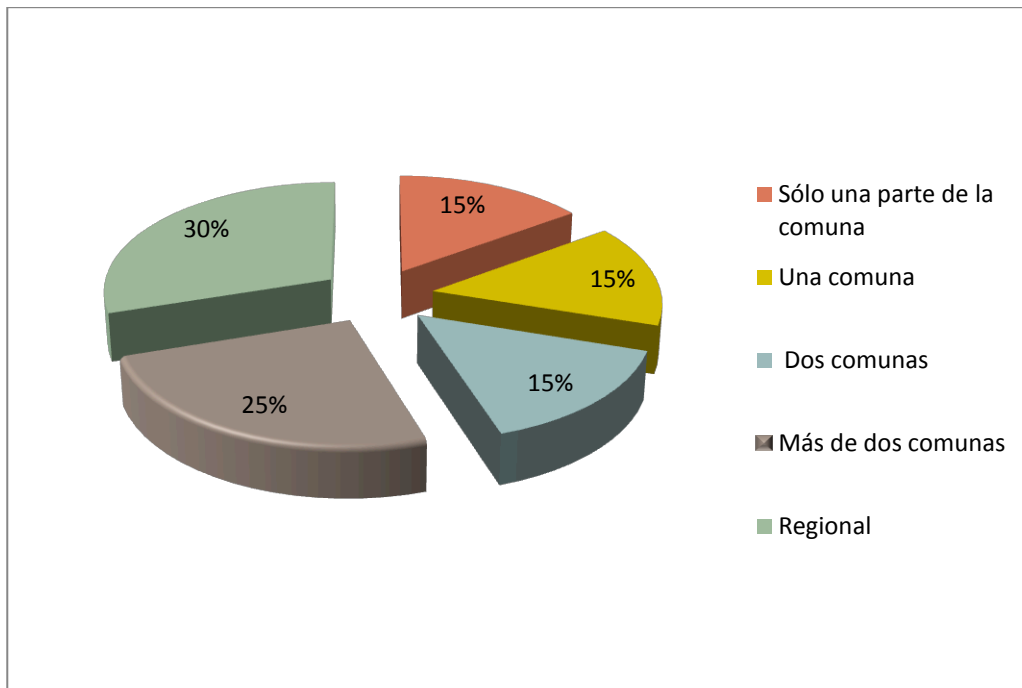
La opción otro corresponde a otros sistemas de edición tales como Internet y fibra. Además se observa que los resultados de las encuestas no concuerdan con la cantidad de canales entrevistados, ya que estos respondieron, en algunas ocasiones, a más de una opción de respuesta.

Del total de encuestados, ninguno respondió afirmativamente por la opción satélite, dejando a este sistema de emisión fuera como medio de transmisión de las televisoras locales encuestadas. Así tampoco ninguno de los encuestados marcó la opción de transmitir a través de los tres vínculos.

Gráfico 5. Inicio de transmisiones**Tabla 5.**

Año	Cantidad
1990	1
1992	1
1995	2
1996	1
1997	2
1998	1
9 1999	1
2000	2
2001	1
2002	2
2003	3
2005	1
2006	1

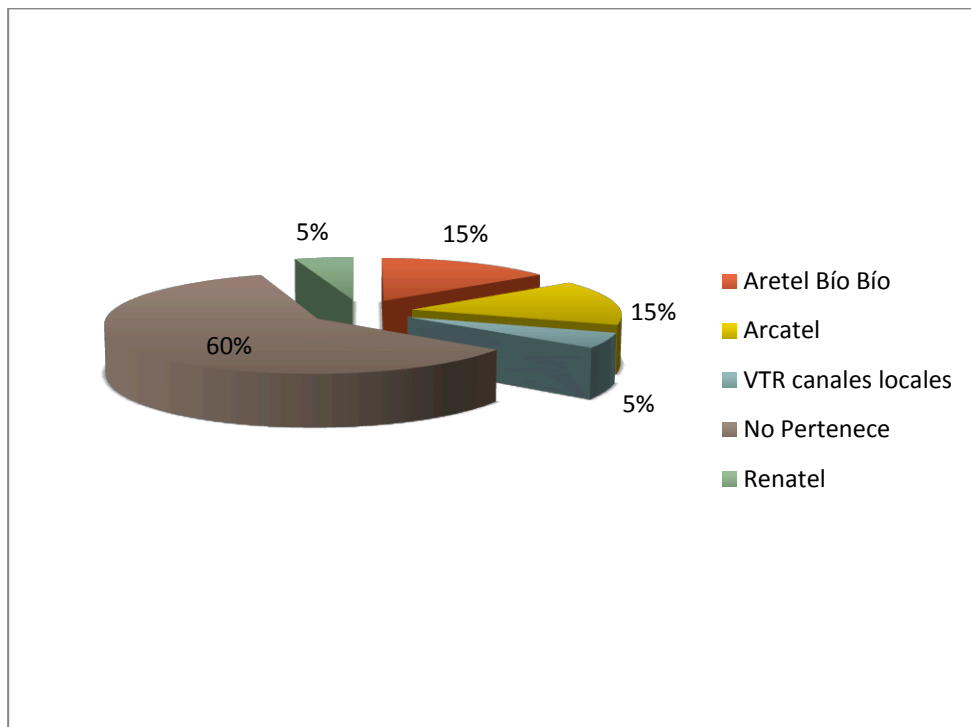
Entre 1990 y 2006 la encuesta refleja la creación de 1 a 2 canales de televisión local por año. Destacando el año 2003 como el período donde más canales locales surgieron en Chile.

Gráfico 6. Cobertura de la señal**Tabla 6.**

Cobertura señal	Cantidad
Una comuna	3
Dos comunas	3
Más de dos comunas	5
Regional	6

El 70% de los canales encuestados presenta un alcance geográfico que supera el perímetro de su comuna de origen, abarcando a más de dos comunas o presentando un alcance a nivel regional.

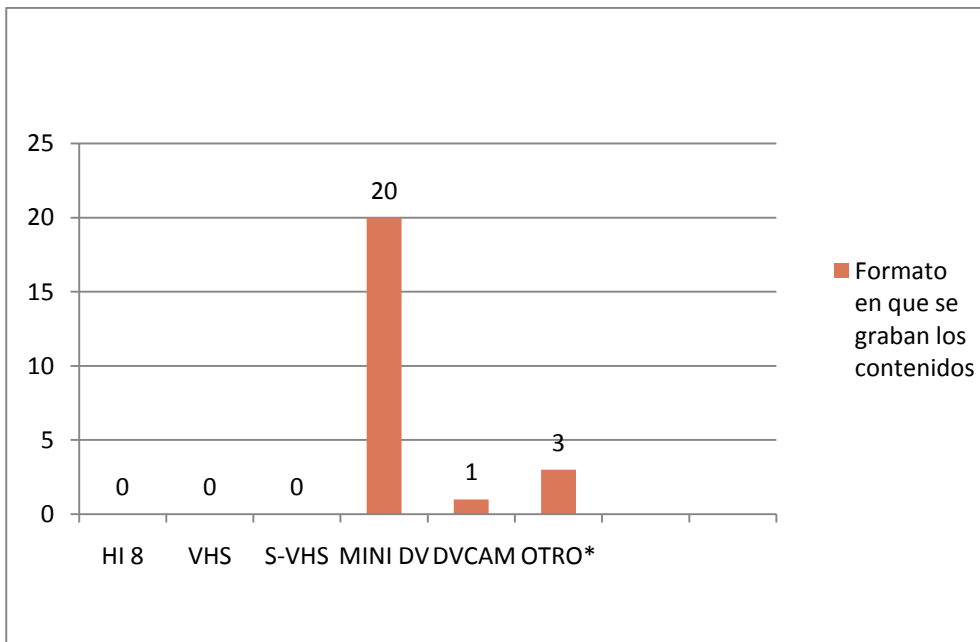
Un 30% de los encuestados presenta un alcance geográfico de emisión que no traspasa los límites de su comuna de origen. De ese porcentaje, un 15% sólo alcanza un sector de la comuna que representa, es decir, se trata de canales de televisión que pertenecen y se emiten sólo en barrios o poblaciones donde se encuentran sus dependencias.

Gráfico 7. Membresía**Tabla 7.**

Tipo de asociación	Cantidad
Aretel Bío Bío	3
Arcatel	3
VTR canales locales	1
Renatel	1
No pertenece	12

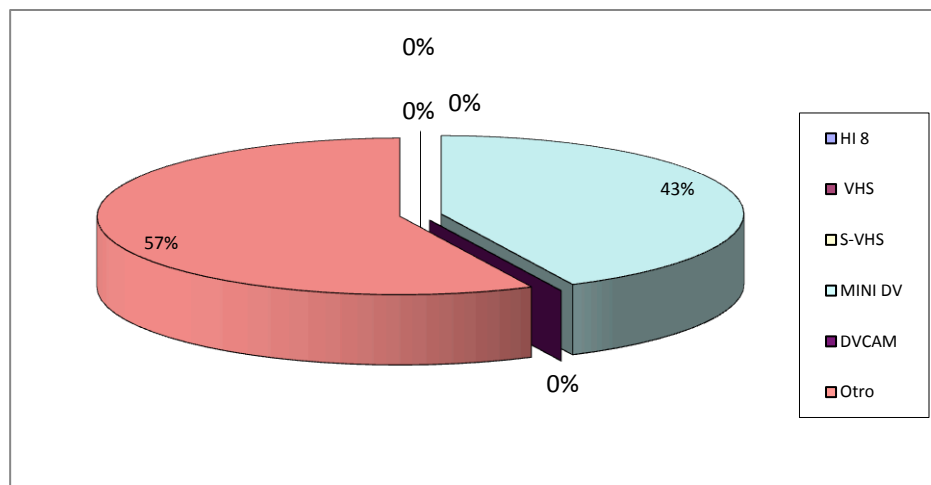
Más de la mitad de los canales encuestados, un 60 %, no pertenece a ninguna asociación de canales locales. Mientras que un 40% de los medios de televisión encuestados declaró pertenecer a asociaciones de canales locales, dividiéndose igualmente entre Arcatel y Aretel Bío-Bío las opciones con mayor número de preferencias.

La primera una organización de carácter nacional y la segunda una asociación de canales locales sólo presente en la Región del Bío-Bío. Renatel y VTR sólo consiguen un 5 % de las preferencias cada uno.

Gráfico 8. Formato de grabación**Tabla 8.**

Formato	Cantidad
VHS	0
S-VHS	0
MINI DV	20
DVCAM	1
OTRO *	3

Una amplia mayoría de los canales encuestados respondió que realizaba las grabaciones de sus contenidos en formato Mini DV. Tan solo uno de los encuestados graba en formato DVCAM. Hay que consignar que 3 de los encuestados respondieron con alternativas que no se encontraron en la encuesta original. En esta pregunta la opción “OTRO” corresponde a los formatos HD y AVCHD, formatos que fueron consignados por los encuestados en el instrumento. Además se observó que los encuestados respondieron más de una alternativa, por lo que las cifras que se presentan en este Gráfico no concuerdan con la cantidad de encuestas realizadas.

Gráfico 9. Formato de transmisión**Tabla 9.**

Formato	Cantidad
HI 8	0
VHS	0
S-VHS	0
MINIDV	9
DVCAM	0
OTRO *	12

Nueve de los veinte canales encuestados respondieron que utilizaban el formato de transmisión MINI DV, lo que representa un 39% del total. La opción OTRO* representa a formatos de Transmisión que no se encontraron en las respuestas de la encuesta original tales como DVD, Play Box, Air Box. HD, VTR Digital, TX Digital, AVI, MPEG 2, SDF, consignados por los encuestados en el instrumento. Además los encuestados respondieron con más de una alternativa por lo que los datos que arroja el presente gráfico no concuerdan con la cantidad de entrevistados.

Gráfico 10. Personal profesional

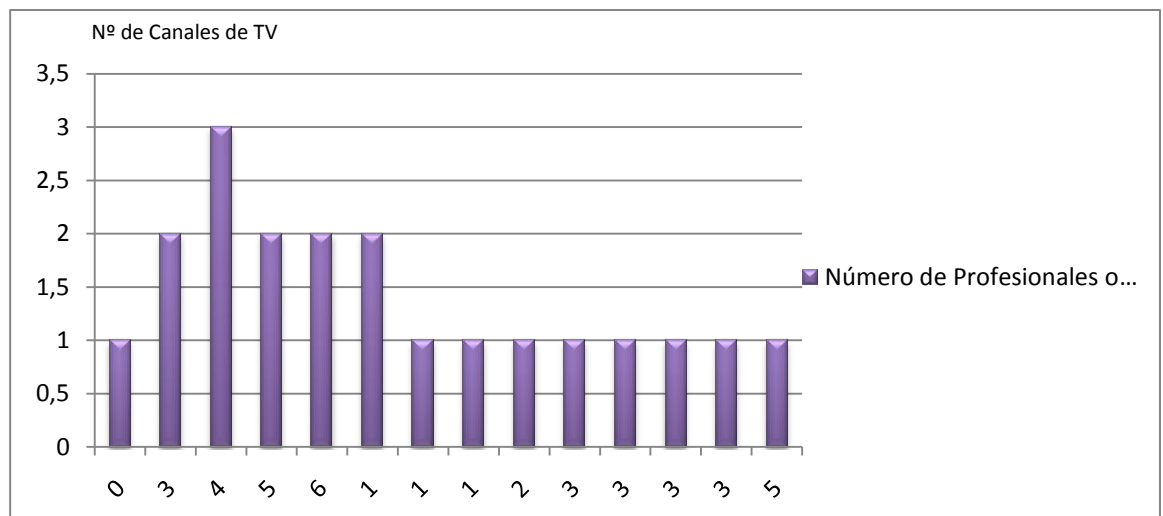


Tabla 10.

Nº de profesionales o técnicos	Nº de canales de Televisión Local
0	1
3	2
4	3
5	2
6	2
12	2
13	1
14	1
20	1
30	1
31	1
35	1
38	1
56	1

La mitad de los encuestados respondió que cuenta con más de 12 profesionales o técnicos al servicio de su canal de televisión. Sólo un encuestado respondió que no cuenta con profesionales o técnicos en sus canales de televisión. La alternativa mayoritaria fue cuatro profesionales y/o técnicos por canal.

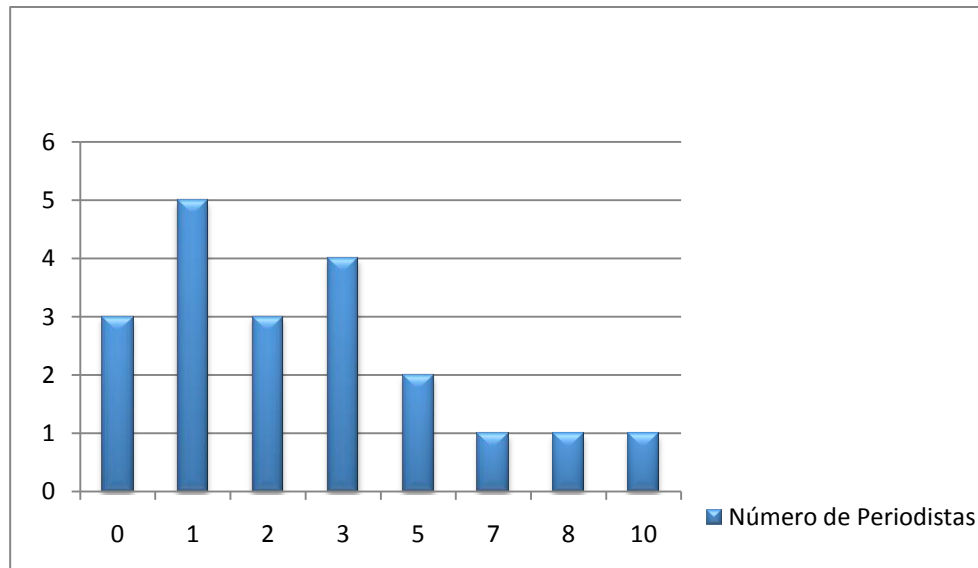
Gráfico 11. Periodistas

Tabla 11.

Nº Periodistas	Nº de Canales Locales
0	3
1	5
2	3
3	4
5	2
7	1
8	1
10	1

La mayoría de los canales, 17 de 20, cuenta con al menos un periodista contratado lo que equivale a un 85% de los canales encuestados. Siendo 1 periodista por canal local la alternativa mayoritaria con un 25 %. Del total de canales encuestados ninguno supera los 10 periodistas contratados sean part time o a contrato fijo. Sólo tres canales de televisión local no cuentan con periodistas.

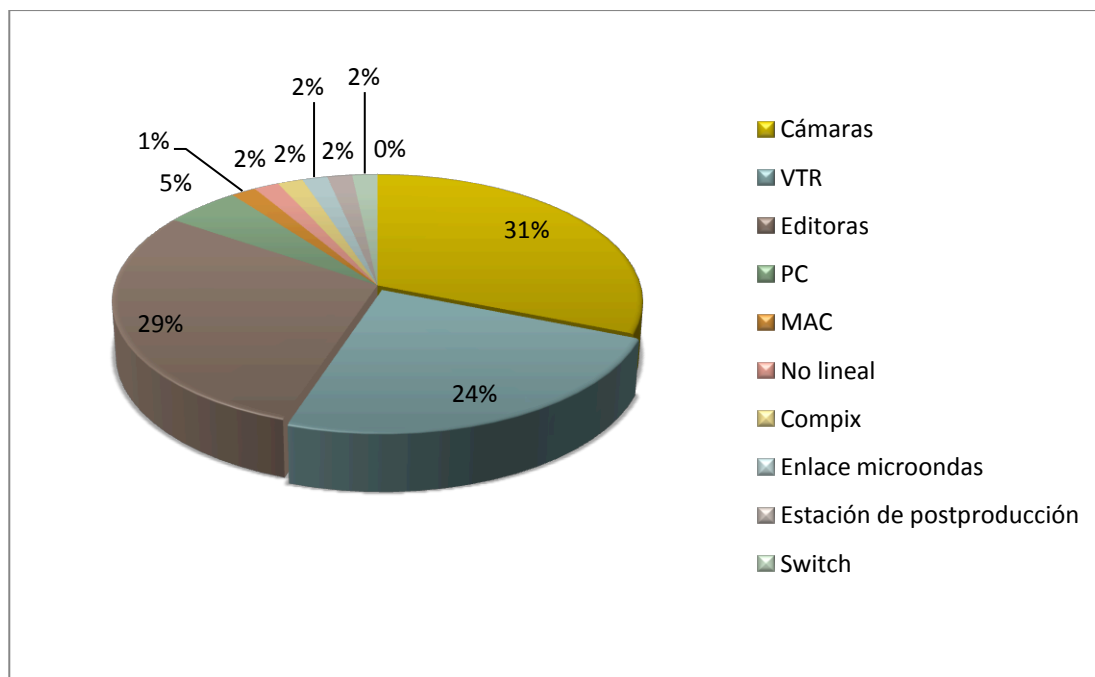
Gráfico 12. Tecnología digital

Tabla 12.

Tipo Tecnología	Cantidad
Cámaras	18
VTR	14
Editoras	17
PC	3
MAC	1
No lineal	1
Compix	1
Enlace microondas	1
Estaciones de postproducción	1
Switch	1

Las tecnologías digitales más utilizadas por los canales de televisión local son las cámaras, el VTR y las editoras. Otros elementos tales como MAC, No lineal, Compix, Enlace Microondas, Estaciones de post producción y switch lo encontramos como máximo en un canal.

En esta pregunta los encuestados contestaron más de una respuesta, por lo que aumenta la cantidad de alternativas de porcentaje dispuesto en la pregunta original.

Gráfico 13. Postproducción

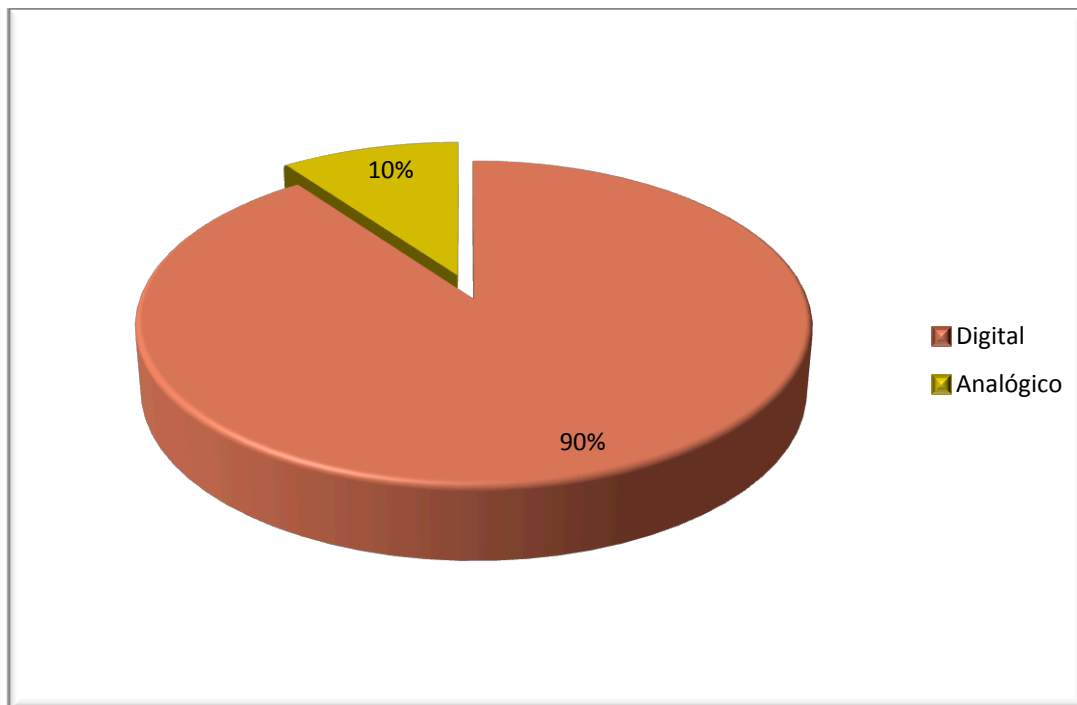


Tabla 13.

Edición contenido	Cantidad
Digital	18
Analógico	2

La mayoría de los canales encuestados edita sus contenidos digitalmente. Sólo dos de veinte encuestados realiza ediciones de tipo analógicas.

Gráfico 14. Horas de emisión

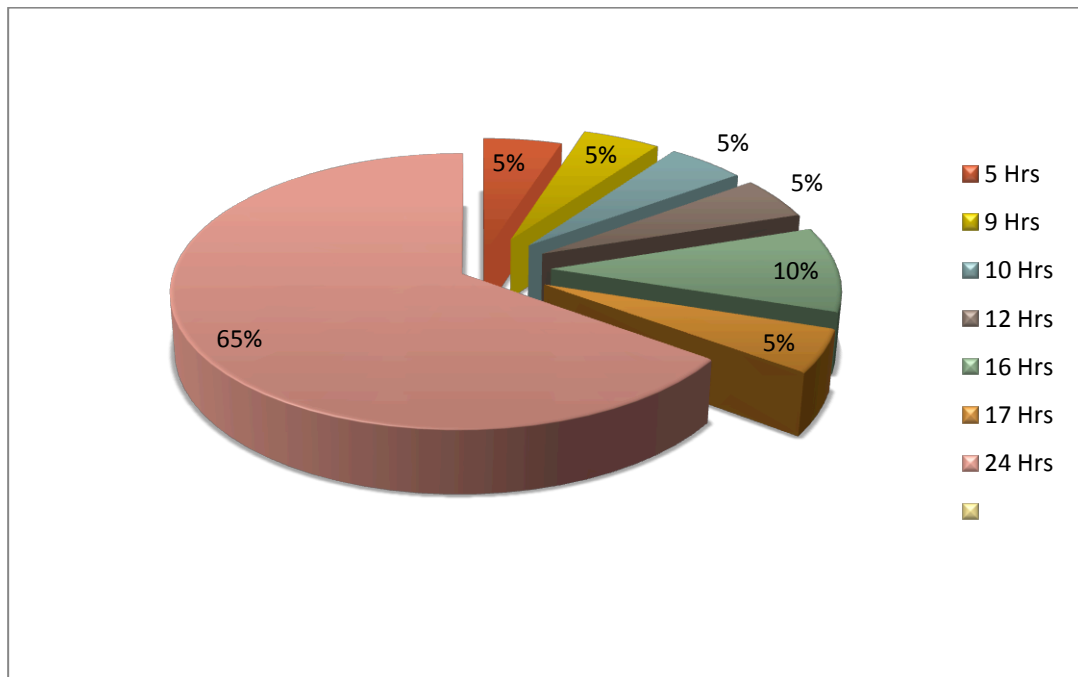


Tabla 14.

Horas	Cantidad
5 Hrs.	1
9 Hrs.	1
10 Hrs.	1
12 Hrs.	1
16 Hrs.	2
17 Hrs.	1
24 Hrs.	13

Más de la mitad de los canales de televisión local encuestados en la pregunta 14 transmite las 24 horas del día. Sin embargo, el 35% restante se divide casi igualitariamente entre transmisiones que se extienden desde 5 hasta 17 horas de emisión. Todos los canales locales encuestados transmiten a lo menos cinco horas diarias.

Gráfico 15. Programas informativos

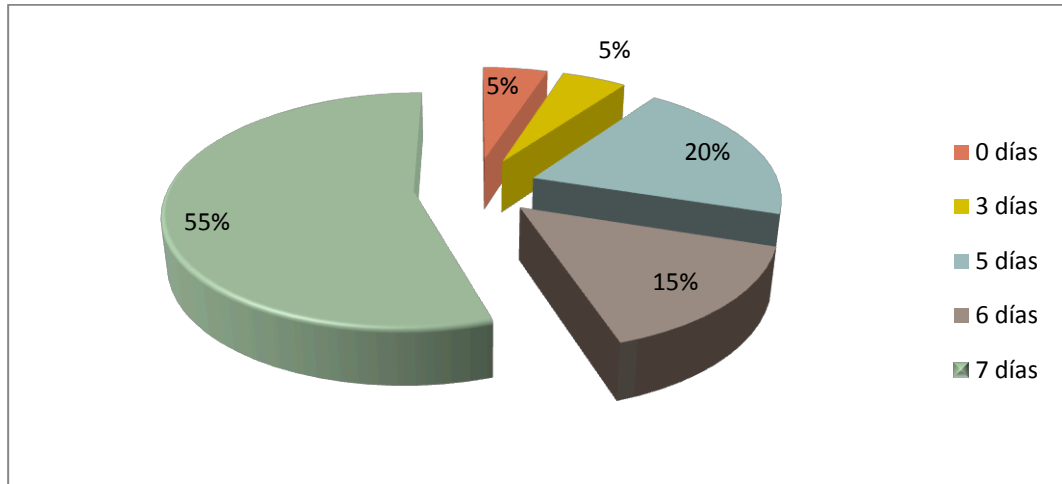


Tabla 15.

Días		Cantidad
M	0 Días	1
	3 Días	1
	5 Días	4
	6 Días	3
	7 Días	11

Más de la mitad de los canales encuestados emite un programa de tipo informativo los siete días de la semana. Sólo uno de los encuestados respondió no transmitir programas de tipo informativo o noticioso.

Gráfico 16. Programación propia

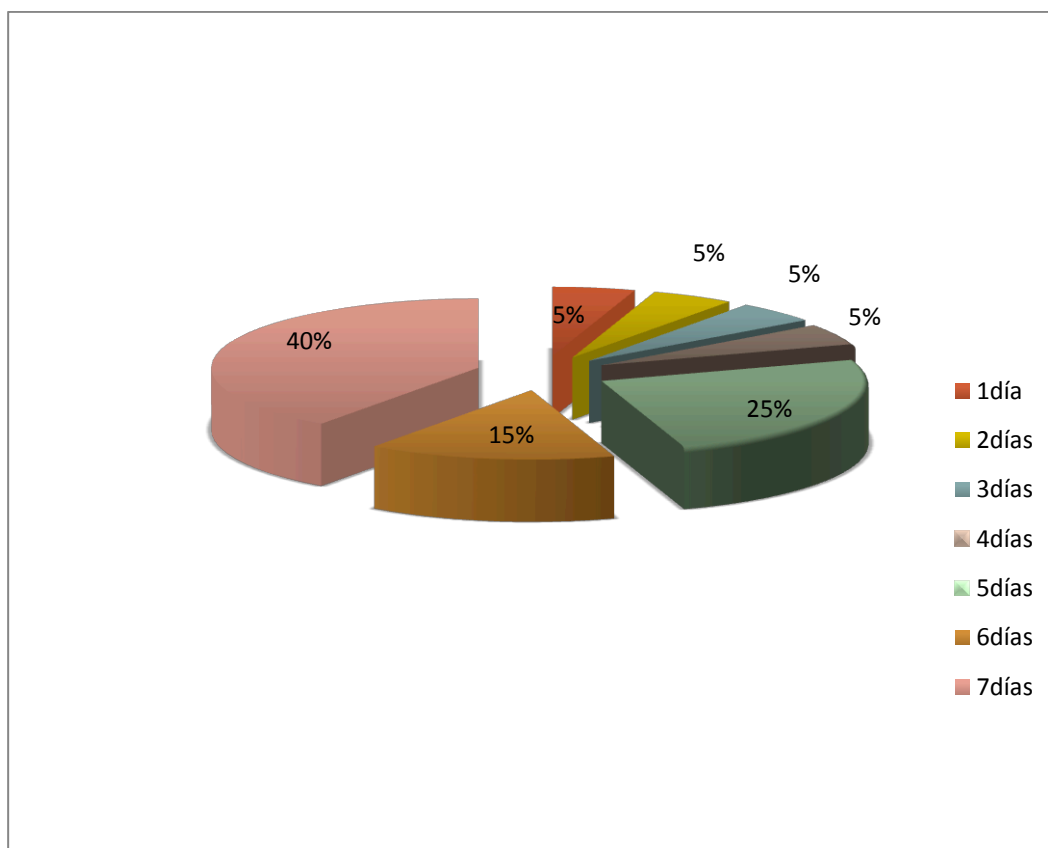


Tabla 16.

Días	Cantidad
1 día.	1
2 días	1
3 días.	1
4 días.	1
5 días	5
6 días	3
7 días	8

Ocho canales de los veinte encuestados transmiten todos los días de la semana alguna producción propia, lo que equivale al 40% del total de medios entrevistados.

Un 25% del total de canales encuestados transmite programas de producción propia cinco horas al día. Mientras que el 80% de los canales encuestados emite contenidos de producción propia entre cinco y siete días a la semana.

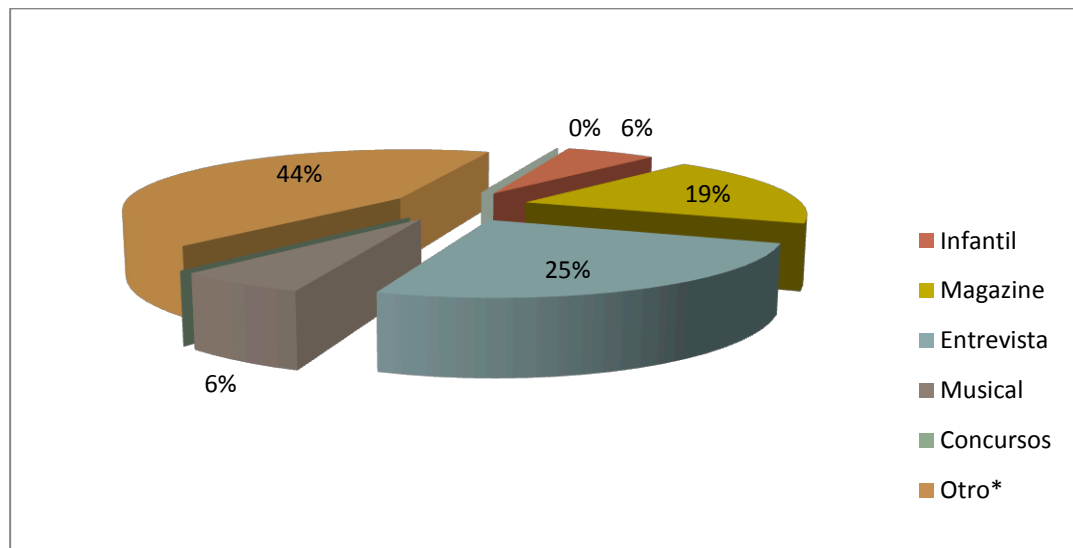
Gráfico 17. Géneros programáticos

Tabla 17.

Género	Cantidad
Infantil	2
Magazine	6
Entrevistas	8
Musical	2
Concursos	0
Otro *	14

La opción “Otro” es la más alta mayoría y corresponde a secciones que no están contempladas en el instrumento tales como: Documentales (3), reportajes (3), Deporte (3), Matinal (2), Debate (1), Salud (1) y misceláneo (1), las que fueron consignadas por los encuestados en el instrumento. Además se observa que contestaron con más de una opción de respuesta, por lo que las cifras que se obtuvieron no coinciden con la cantidad de encuestas aplicadas

De acuerdo a que la opción que muestra mayor porcentaje es *Otro* y ésta incluye a su vez siete opciones diferentes, la alternativa que refleja la

encuesta como género más recurrente en la programación de las televisoras locales es la *Entrevista*, con un 25% del total de las preferencias. La segunda preferencia está marcada por el género *Magazine*, puesto que un 19% respondió a favor de esta opción como el género más recurrente dentro de su programación televisiva. Los géneros infantil y musical se encuentran a la par, ya que representan el 2% de las preferencias cada uno.

Gráfico 18 A. Influencia de la TDT en la forma de trabajo de la Televisión Local

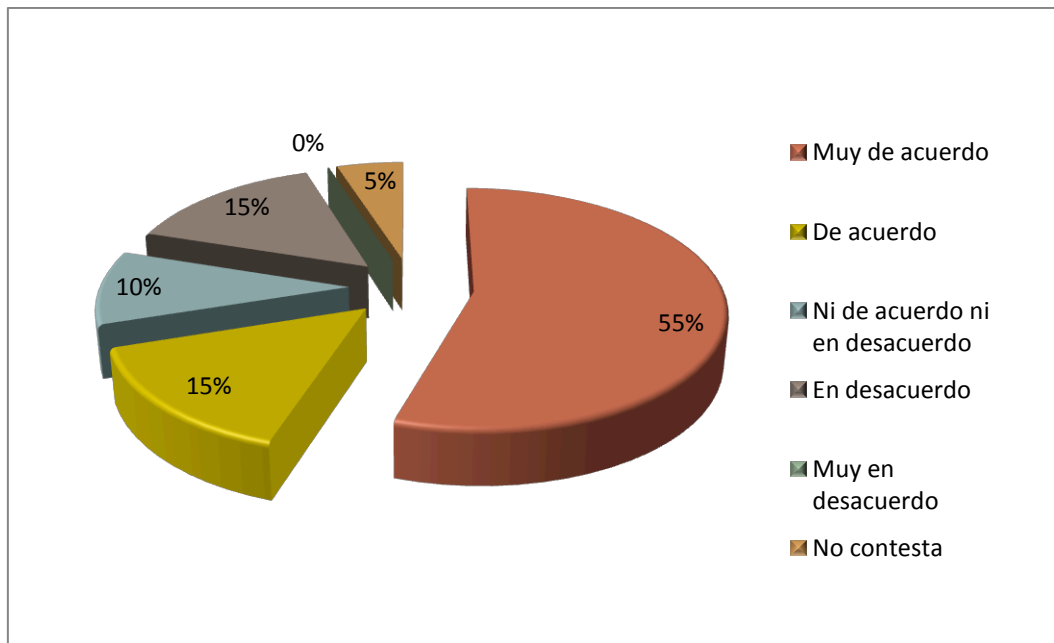


Tabla 18. A

Respuesta	Cantidad
Muy de acuerdo	11
De acuerdo	3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2
En desacuerdo	3
Muy en desacuerdo	0
No contesta	1

La mayoría de los canales encuestados se encuentran *Muy de acuerdo* y *De acuerdo* en que la TDT cambiará la forma de trabajo de su canal con un 70% de las preferencias, mientras que el 15% se manifiesta *En desacuerdo*. Tan solo dos de los canales, correspondientes al 10% de los encuestados no se muestran *Ni de acuerdo ni En desacuerdo*.

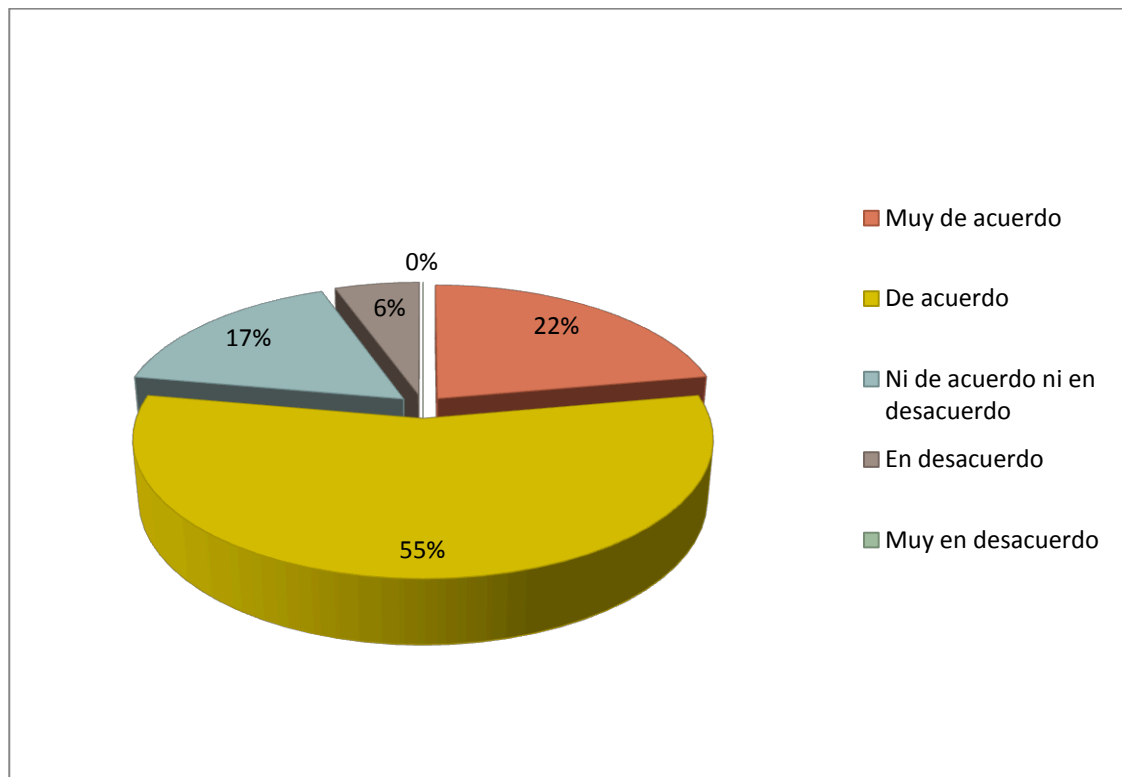
Gráfico 18.B. Beneficios de la TDT a la Televisión Local

Tabla 18.B

Respuesta	Cantidad
Muy de acuerdo	4
De acuerdo	10
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
En desacuerdo	1
Muy en desacuerdo	0
No contesta	2

La mayoría de los canales encuestados piensa que la llegada de la TDT traerá beneficios a su canal mostrándose *Muy de acuerdo* y *De acuerdo* con un 77% de las preferencias, mientras que un 17% no se manifiesta *Ni de acuerdo ni En desacuerdo*. Tan solo 1 canal, correspondiente al 6% de los encuestados, se encuentra *En desacuerdo*.

Gráfico 18 C. La TDT y producción

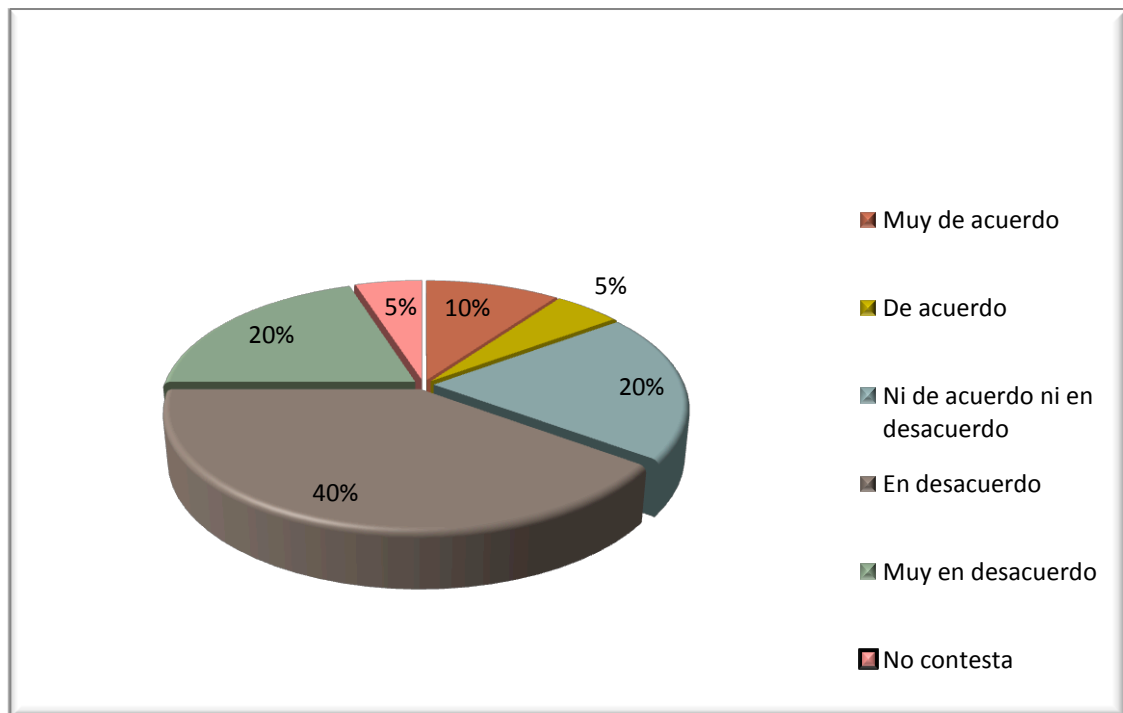


Tabla 18. C

Respuesta	Cantidad
Muy de acuerdo	2
De acuerdo	1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4
En desacuerdo	8
Muy en desacuerdo	4
No contesta	1

Un 40 % de los canales encuestados se manifiesta *En desacuerdo* ante la afirmación “La TDT abaratará los costos de producción” de contenidos televisivos. Mientras que un 15% de los encuestados estaba *De acuerdo* frente a la aseveración de que la implementación de la televisión digital abaratará los costos de producción, lo que es equivalente a tres de veinte canales entrevistados.

Gráfico 18. D. Nuevos contenidos gracias a la TDT

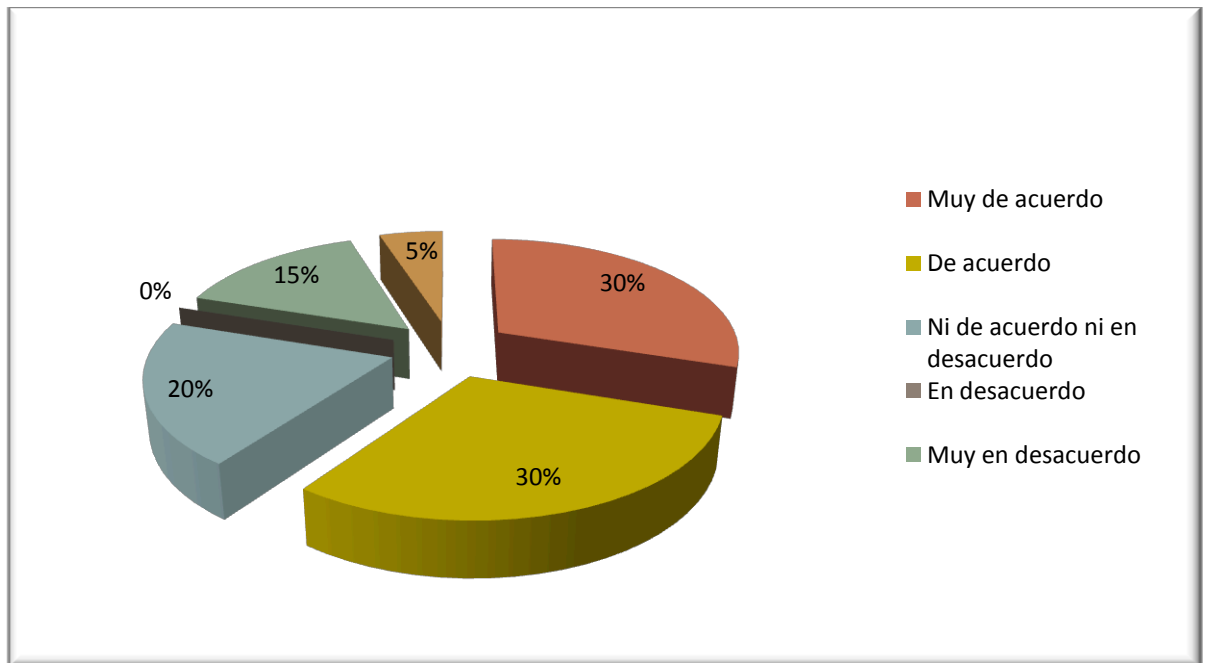


Tabla 18. D

Respuesta	Cantidad
Muy de acuerdo	6
De acuerdo	6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4
En desacuerdo	0
Muy en desacuerdo	3
No contesta	1

La mayoría de los canales encuestados cree que la TDT les permitirá incorporar nuevos contenidos a su programación mostrándose *Muy de acuerdo* y *De acuerdo* con un 60% de las preferencias, mientras que un 20% no se manifiesta *Ni de acuerdo ni En desacuerdo* con este cambio. Tan solo 3 canales, correspondientes al 15% de los encuestados se encuentran *Muy en desacuerdo* con la premisa.

Gráfico 18 E. Interactividad

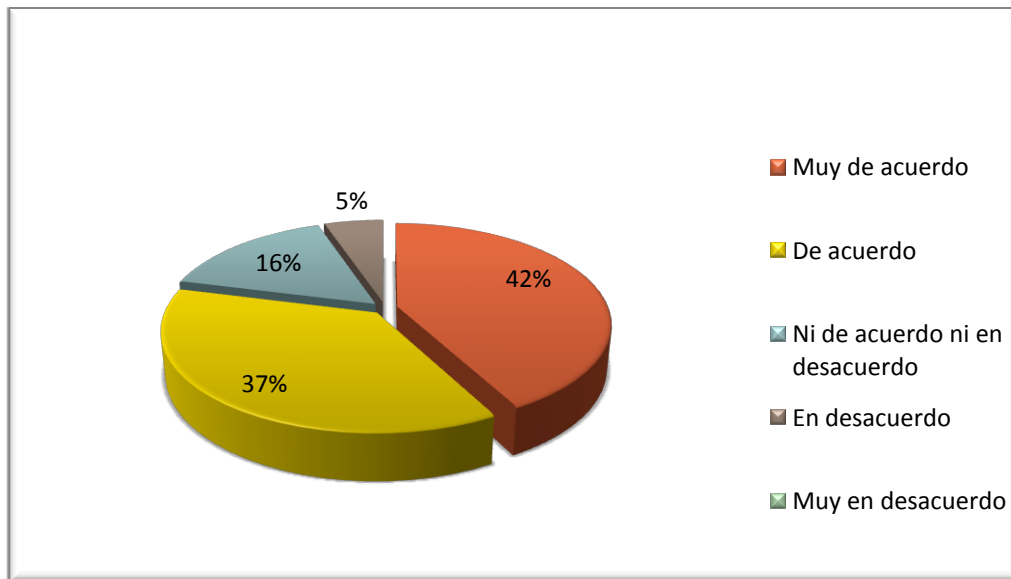


Tabla 18. E

Respuesta	Cantidad
Muy de acuerdo	8
De acuerdo	7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
En desacuerdo	1
Muy en desacuerdo	0
No contesta	1

La mayoría de los canales encuestados se encuentran *Muy de acuerdo* y *De acuerdo* en que la TDT les permitirá interactuar con los públicos locales con un 79% de las preferencias, mientras que un 16% no se manifiesta *Ni de acuerdo ni En desacuerdo*. Tan solo un canal, correspondiente al 5% de los encuestados se muestra *En desacuerdo*.

Gráfico 18 F. La TDT no traerá beneficios

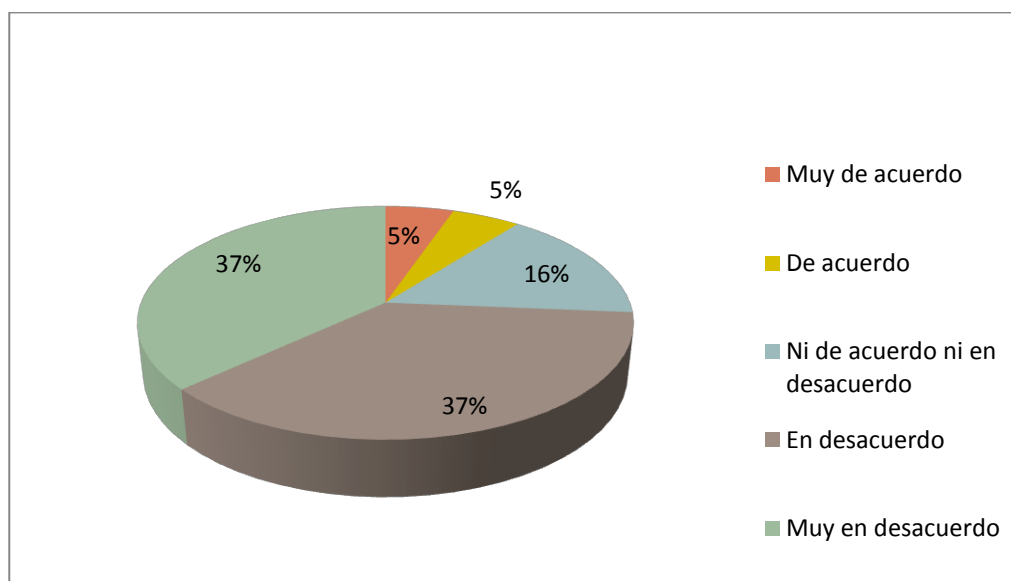


Tabla 18. F

Respuesta	Cantidad
Muy de acuerdo	1
De acuerdo	1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
En desacuerdo	7
Muy en desacuerdo	7
No contesta	1

El 74% del total de los encuestados se manifestó en contra de la aseveración que señala que la televisión digital no les proporcionará beneficios a sus canales. Es decir, para 14 de 20 canales la llegada de la televisión digital sí puede representar algo beneficioso.

Sólo un 10% de los entrevistados señaló que la llegada de la televisión digital no le aportará ningún beneficio. Esto significa que dos de 20 canales respondieron con la opción *Muy de acuerdo* y *De acuerdo* frente a la aseveración “La TDT no traerá beneficios a mi canal”.

Gráfico 18 G. Nuevos negocios

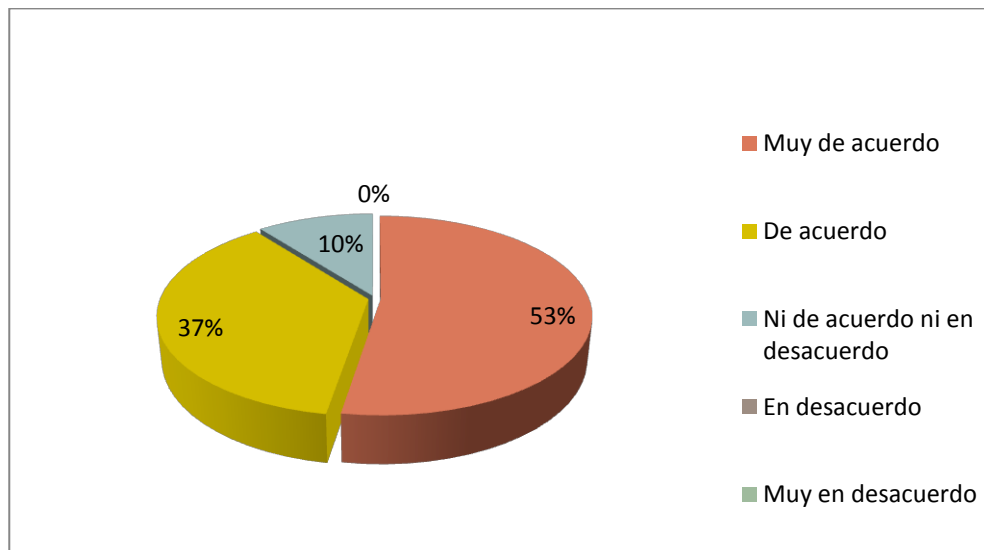


Tabla 18. G

Respuesta	Cantidad
Muy de acuerdo	10
De acuerdo	7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2
En desacuerdo	0
Muy en desacuerdo	0
No contesta	1

Un mayoritario 90% de los encuestados dice que la televisión digital representa nuevas posibilidades de negocio, puesto que el 53% del total de entrevistados respondió con la opción *Muy de acuerdo* y el 37% con la opción *De acuerdo* frente a la aseveración que alude a las nuevas posibilidades de negocio que podría representar la llegada de la TDT. Es decir, 17 de 20 canales consideran que la implementación de la televisión digital expandirá sus horizontes mercantiles. Ningún canal señaló estar en completo o parcial desacuerdo frente a la idea de que la televisión digital les abrirá nuevas posibilidades de negocios.

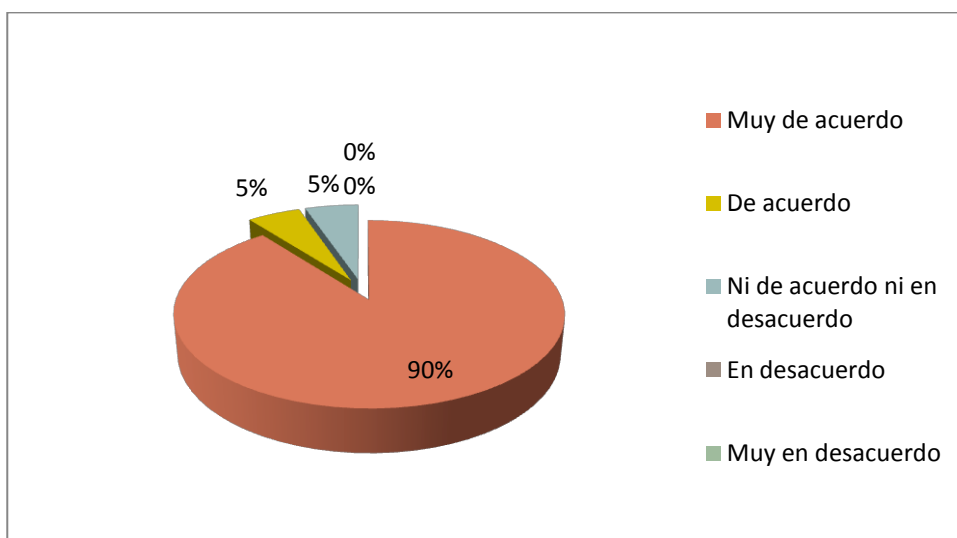
Gráfico 18 H. Calidad de imagen

Tabla 18.H

Respuesta	Cantidad
Muy de acuerdo	17
De acuerdo	1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1
En desacuerdo	0
Muy en desacuerdo	0
No contesta	1

La mayoría de los canales está *Muy de acuerdo* con que la televisión digital mejorará la calidad de la imagen emitida por la televisión chilena, lo que se manifiesta en que 18 de 20 encuestados señalan estar *Muy de acuerdo* o *De acuerdo* con dicha opción. Sólo un 5% se manifestó indiferente tras optar por la alternativa “*Ni de acuerdo Ni en desacuerdo*”.

Gráfico 18 I. Inversión tecnológica v/s beneficios

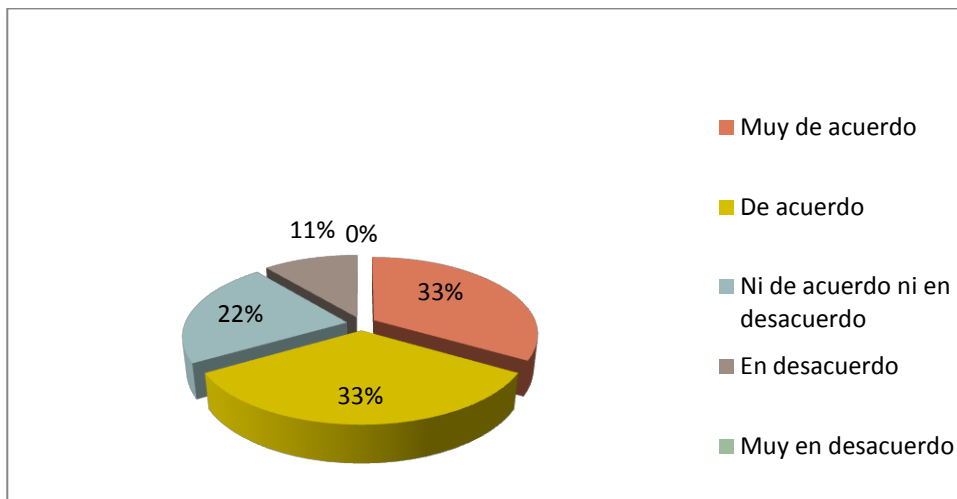


Tabla 18. I

Respuesta	Cantidad
Muy de acuerdo	6
De acuerdo	6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4
En desacuerdo	2
Muy en desacuerdo	0
No contesta	2

Un 66% de los encuestados considera que la inversión realizada en tecnología digital v/s los beneficios futuros no garantizan el éxito del negocio. Sólo dos canales estuvieron *En desacuerdo* con esta afirmación, lo que representa un 11% del total.

Un 22% del total se mantiene al margen, tras optar por la alternativa *Ni de acuerdo ni en desacuerdo* ante la afirmación “La inversión realizada en tecnología digital v/s los beneficios futuros no garantiza el éxito del negocio”. Esto es equivalente a cuatro de veinte canales encuestados.

Gráfico 18 J. Competencia

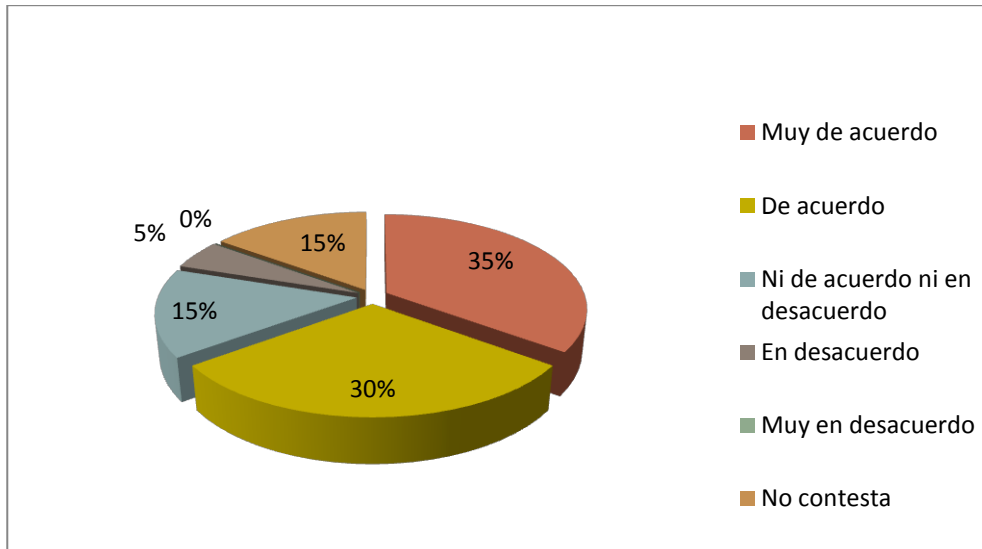


Tabla 18. J

Respuesta	Cantidad
Muy de acuerdo	7
De acuerdo	6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
En desacuerdo	1
Muy en desacuerdo	0
No contesta	3

La mayoría de los canales encuestados se encuentran *Muy de acuerdo* y *De acuerdo* en que la TDT permitirá la aparición de nuevos competidores en el espectro con un 65% de las preferencias, mientras que un 15 % no se manifiesta *Ni de acuerdo ni en desacuerdo*. Tan sólo uno de los canales desaprueba esta premisa

Gráfico 18 K. Fiabilidad técnica

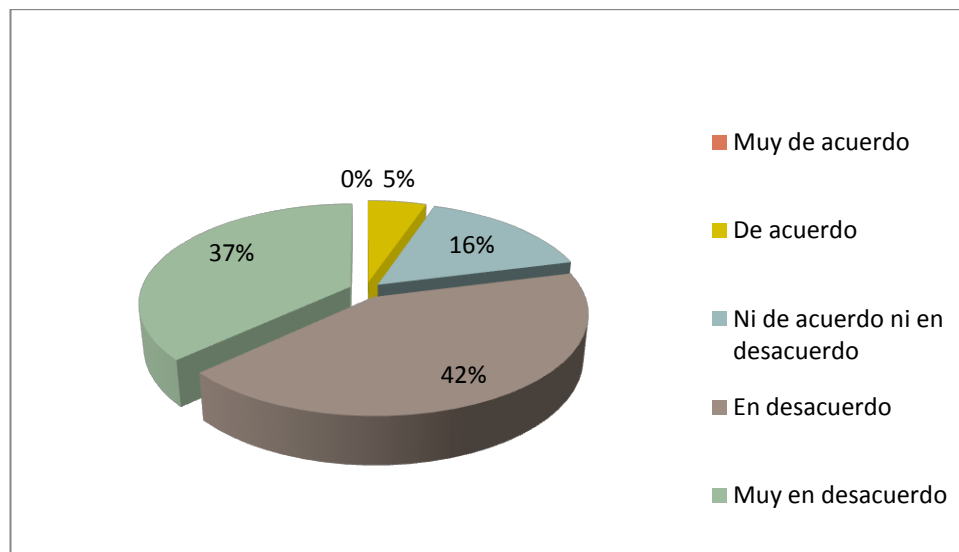


Tabla 18. K

Respuesta	Cantidad
Muy de acuerdo	0
De acuerdo	1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
En desacuerdo	8
Muy en desacuerdo	7
No contesta	1

El más alto puntaje frente a la aseveración “La TDT técnicamente es poco fiable” lo obtuvo la opción *En desacuerdo*, con un 42%. Además un 37% marcó la opción estar *Muy en desacuerdo* frente a la misma afirmación, es decir que más de la mitad de los encuestados –el 79% del total- no cree que la TDT técnicamente sea poco fiable, sino todo lo contrario.

Sólo un 5%, es decir uno de los 20 canales encuestados, estuvo de acuerdo con que técnicamente la televisión digital es poco fiable.

Gráfico 18 L. Audiencia

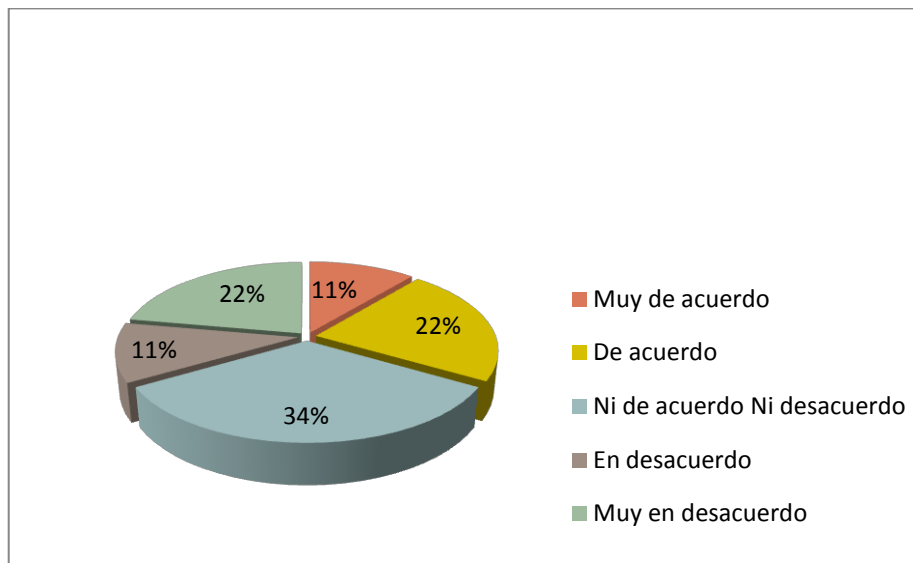


Tabla 18. L.

Respuesta	Cantidad
Muy de acuerdo	2
De acuerdo	4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6
En desacuerdo	2
Muy en desacuerdo	4
No contesta	2

La opción mayoritaria con un 30% de los canales encuestados fue la opción *Ni de acuerdo ni en desacuerdo* respecto a que la TDT les podría hacer perder audiencia por un eventual exceso de competencia, mientras que el resto de las opiniones se mantienen divididas casi igualitariamente aceptando y desaprobando esta pérdida.

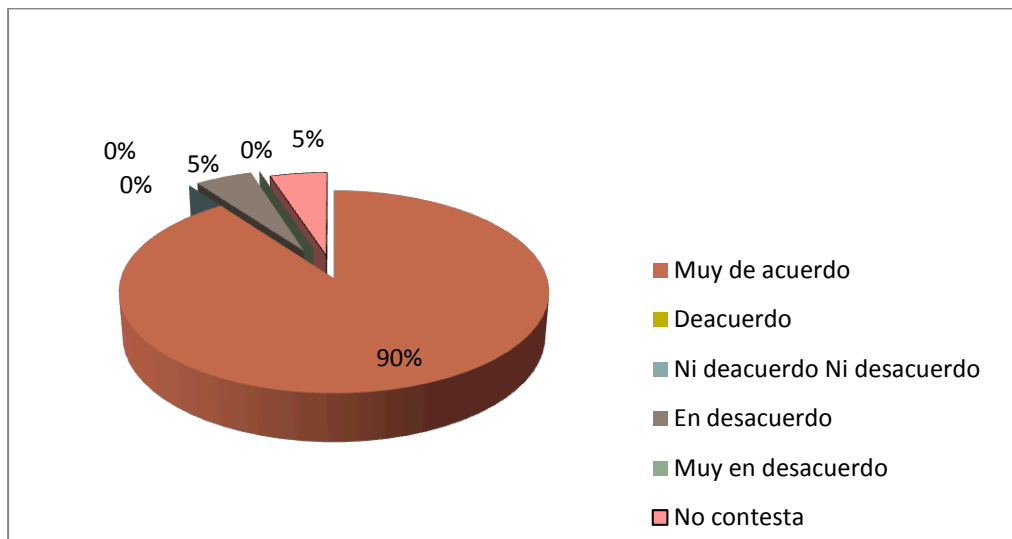
Gráfico 18 LL. Subsidio tecnológico

Tabla 18. LL

Respuesta	Cantidad
Muy de acuerdo	18
De acuerdo	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0
En desacuerdo	1
Muy en desacuerdo	0
No contesta	1

Una amplia mayoría de los encuestados cree que el gobierno debería dar un subsidio a los canales locales por inversión tecnológica, ya que la opción *Muy de acuerdo* abarca el 90% de las preferencias. Tan sólo un canal no se encuentra *De acuerdo* con esta opción desaprobandando este subsidio.

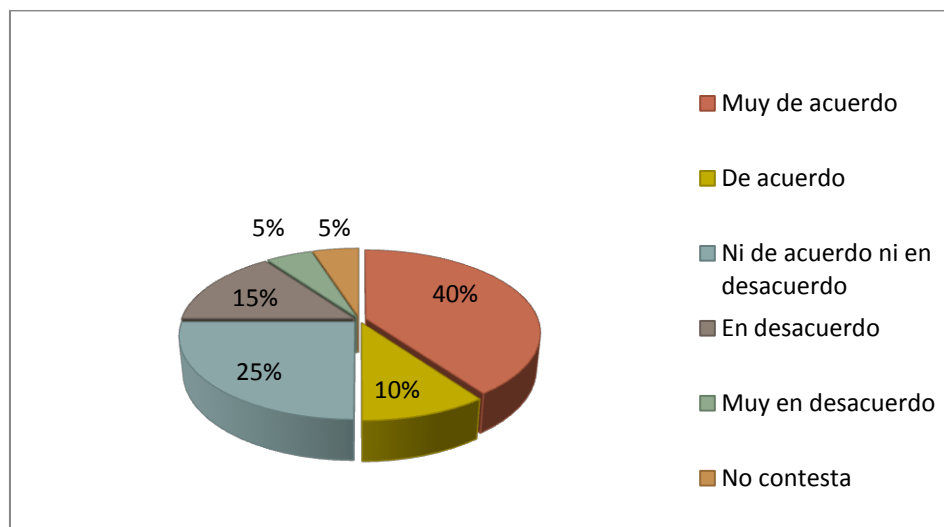
Gráfico 18 M. Transparencia del sistema de concesiones

Tabla 18. M

Respuesta	Cantidad
Muy de acuerdo	8
De acuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5
En desacuerdo	3
Muy en desacuerdo	1
No contesta	1

La mitad de los canales encuestados piensa que el actual sistema de concesiones no es democrático ni transparente abarcando un 50% entre las opciones *Muy de acuerdo* y *De acuerdo*, mientras que un 25% se considera *En desacuerdo* y *Muy en desacuerdo* con la premisa. Tan solo un 15% no aprueba ni desaprueba al actual sistema.

Gráfico 18 N. Liberación del espectro

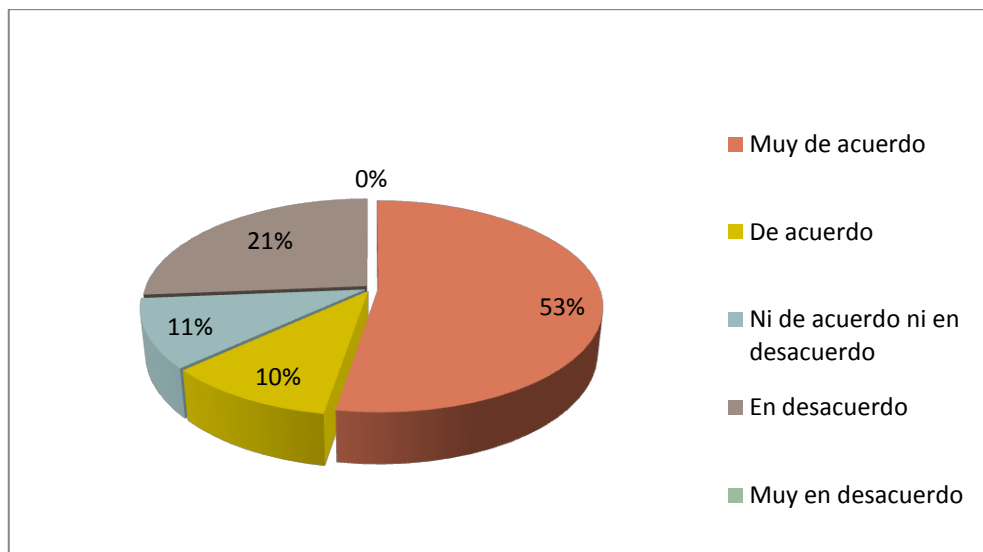


Tabla 18. N

Respuesta	Cantidad
Muy de acuerdo	10
De acuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2
En desacuerdo	5
Muy en desacuerdo	0
No contesta	1

La mayoría de los canales encuestados cree que si se necesita liberalizar el espectro mostrándose *Muy de acuerdo* y *De acuerdo* con un 63% de las preferencias, mientras que tan solo un 26% se manifiesta *En desacuerdo* y *Muy en desacuerdo*. Un 11% no aprueba ni desaprueba la liberalización del espectro.

Gráfico 18 O. Fondo de apoyo a la Televisión Local

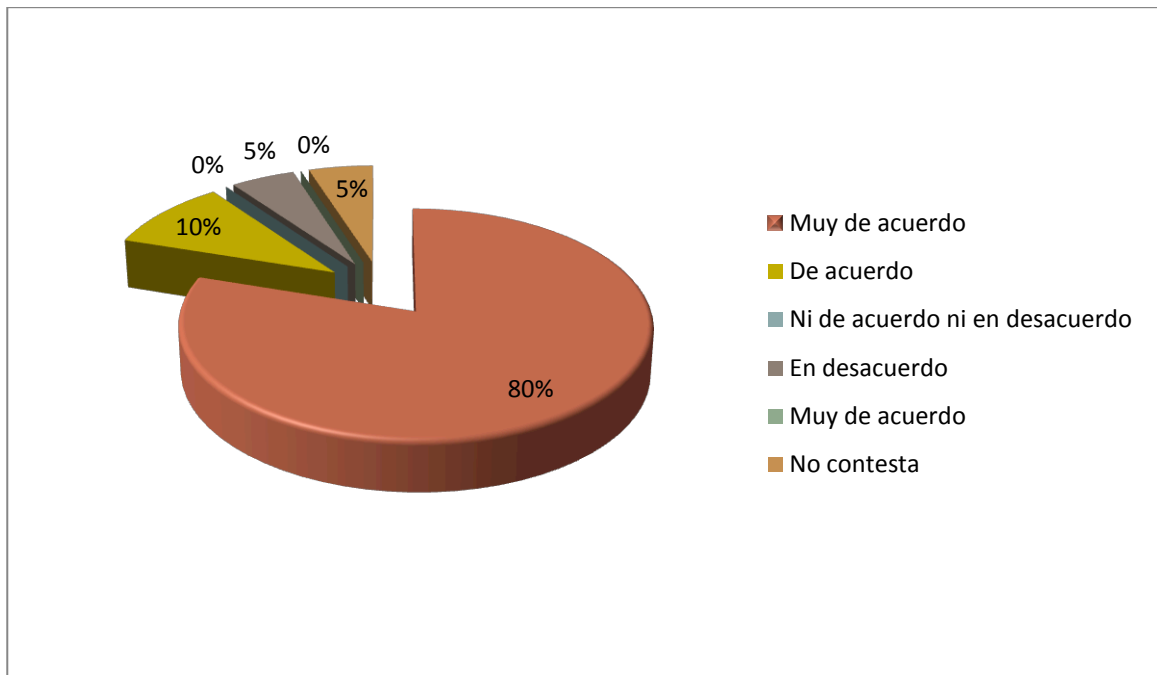


Tabla. 18. 0

Respuesta	Cantidad
Muy de acuerdo	16
De acuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0
En desacuerdo	1
Muy en desacuerdo	0
No contesta	1

Una amplia mayoría de los canales encuestados cree que se debería crear un fondo de apoyo a la televisión local mostrándose *Muy de acuerdo* y *De acuerdo* con un 90% de las preferencias. Tan solo un canal no aprueba ni desaprueba esta idea.

Gráfico 18 P. Información de la TDT

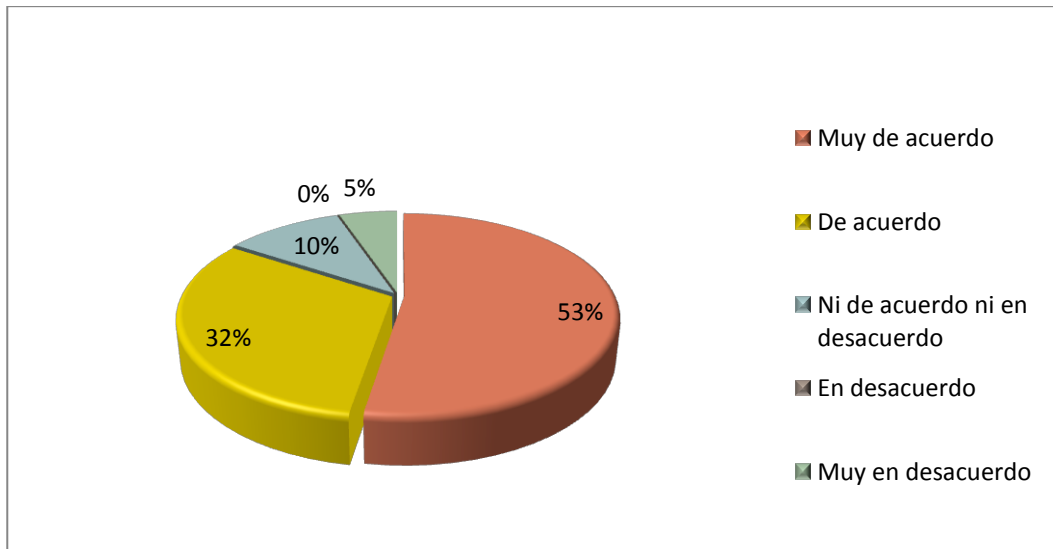


Tabla 18. P

Respuesta	Cantidad
Muy de acuerdo	10
De acuerdo	6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2
En desacuerdo	0
Muy en desacuerdo	1
No contesta	1

La mayoría de los canales encuestados se encuentran *Muy de acuerdo* y *De acuerdo* en que, la información sobre los beneficios de la TDT es insuficiente, con un 85% de las preferencias, mientras que un 15% no se manifiesta *Ni de acuerdo ni en desacuerdo*. Tan solo un 5% de los canales se muestra *Muy en desacuerdo*.

CAPÍTULO 5

Análisis de los Resultados, Desafíos y Temores de la Televisión Local ante la TDT

CAPÍTULO 5 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS: DESAFÍOS Y TEMORES DE LA TELEVISIÓN LOCAL ANTE LA TDT

Los resultados cuantitativos obtenidos a través del instrumento, como los cualitativos que derivan de las entrevistas a los directores de medios de televisión local son discutidos y contrastados en este punto. Para un mejor análisis su discusión se clasificó en cinco categorías, cada una de ellas con indicadores específicos. Así tenemos:

Categorías	INDICADORES
Naturaleza de los canales locales	<ul style="list-style-type: none"> - Tipo de canal - Modelo de negocio
Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de gastos operacionales mensuales - Sistema o vínculo de emisión de la señal - Año de comienzo de emisión - Alcance geográfico de la señal - Formato de grabación - Formato de transmisión - Número de profesionales y técnicos que trabajan - Número de periodistas que trabajan - Tipo de tecnología digital que poseen - Edición de contenidos
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> - Autodefinición de canal local - Horas diarias de emisión - Días de la semana en la que se emite un programa informativo - Horas de transmisión de programación propia. - Género más recurrente en la programación

<p>Realidad de la televisión local en Chile</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la situación actual de la televisión local - Aprensiones en torno al actual sistema de televisión - Mejoras al sistema de televisión en Chile - Aprobación normativa legal - Necesidad de liberalizar el espectro radioeléctrico - Transparencia del actual sistema de concesiones de televisión - Necesidad de crear un fondo de apoyo a la televisión local
<p>Desafíos y temores de la televisión local ante la TDT</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La televisión digital cambiará la forma de trabajo de mi canal - La televisión digital traerá beneficios a mi canal - La TDT abaratará los costos de producción. - La TDT me permitirá incorporar nuevos contenidos. - La TDT me permitirá interactuar con los públicos locales. - La TDT me abre nuevas oportunidades de negocio. - La TDT mejorará la calidad de imagen - La TDT permitirá la aparición de nuevos competidores en el espectro. - Fiabilidad técnica de la TDT - Información sobre los beneficios de la TDT. - Subsidio por inversión tecnológica

1. Naturaleza de los canales locales

Según el último estudio de canales locales realizado por el Consejo Nacional de Televisión en Noviembre del 2004 en Chile había un catastro de 113 canales locales, incluidos en ellos estaciones de corte municipal, privadas, públicas y universitarias. La verdad que en terreno y como pudo comprobar este estudio dicha cifra está muy lejos de ser real. Teléfono y dirección en mano se estableció que no más de la mitad de estos canales está transmitiendo normalmente a enero del 2010. Es decir en menos de seis años el escenario de la televisión local en vez de aumentar, como uno se hubiese imaginado al comienzo de esta investigación, se ha mermado enormemente. Muchos de estos canales han dejado de transmitir al no poder seguir manteniendo el modelo de negocios, otros simplemente han sido absorbidos por cadenas de televisoras locales, convirtiéndose en una suerte de televisoras ventanas de otras cadenas mayores y los menos han logrado solidificar y profesionalizar su empresa, captando publicidad y adjudicándose fondos públicos que le han permitido seguir existiendo y representando la identidad de sus regiones y localidades.

En base a los datos recogidos en este estudio un 75 % de los canales locales existentes a enero del 2010 corresponden a iniciativas privadas (Gráfico 1), muy lejos del 15 % que representa a los canales municipales. Esto se explica pues muy pocas municipalidades han apostado a este tipo de difusión para con su comunidad y prefieren invertir publicitariamente en algún medio local y no tener un equipo fijo que difunda las actividades del municipio como de la comunidad en la que está alojado.

Sin embargo, hay algunas iniciativas municipales que se han destacado a nivel país, es el caso del *Canal 39* de la comuna de La Pintana, un claro ejemplo de lo que puede llegar a constituir un canal de televisión municipal bien administrado. Una estación de televisión que transmite a través de señal abierta en UHF y que constituye una

transmisión bastante atípica, pues según la normativa legal vigente se trataría de un canal de televisión que transmite de forma clandestina, pues desde el año 2000 con el objeto de asegurar el espectro radioeléctrico necesario para la futura asignación de frecuencias de televisión digital terrestre, se resolvió mediante el Decreto Supremo número 38 del Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones, congelar las autorizaciones de telecomunicaciones en banda UHF ⁷³. Sin embargo, desde su funcionamiento, hace ya tres años, el *Canal 39* se ha transformado en un medio de comunicación que actualmente da empleo a más de 14 personas de planta, siendo visitado continuamente por diferentes autoridades de gobierno desde la ex Presidente de la República Michelle Bachelet hasta el mismísimo Subsecretario de Transportes y Telecomunicaciones de la época Pablo Abello.

En cuanto a la mayoría abrumadora de iniciativas privadas⁷⁴, gran parte de ellas son la consecuencia de un trabajo audiovisual que comienza con una pequeña cámara casera y un editor de video que sirve para prestar servicios audiovisuales a la comunidad, sea con la grabación de eventos, matrimonio u otro tipo de actividades. Muchas de ellas surgen del interés autodidacta de sus creadores, formación que poco a poco comienza a profesionalizarse, tanto con la incorporación de nuevas tecnologías, como con la contratación de personal. Un ejemplo claro lo manifiesta Mariano Arana, director y gerente de *Canal VTV Yungay*, “fue una consecución de hechos, en este caso siempre me interesó el tema de las comunicaciones y se fueron dando paso a paso, comencé a investigar y a tomar fotografías, en base a mis estudios de informática cree mis

⁷³ Informe de sustentación sobre el estándar de televisión digital terrestre, Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones, octubre 2009.

⁷⁴ Hay que consignar que dentro de los resultados del Gráfico 1 no aparece ningún canal local universitario, aún cuando fue encuestado TVU, canal de la ciudad de Concepción que es asociado a la Universidad de Concepción. Esto sucede pues TVU pertenece al Holding Octava Comunicaciones (sociedad propiedad de la Universidad de Concepción y que también comprende a la radio Universidad de Concepción, al diario La Discusión y al Diario de Concepción), de ahí que en la encuesta el gerente del canal aludido responda que TVU es de iniciativa privada.

primeras editoras de video en el año que *Canal 13* recién estaba importando mesas de edición, año 1996, yo ya estaba importando desde Estados Unidos equipos y ahí se da una cosa impensada, bueno en esta localidad es más fácil que se dé, existiendo la necesidad audiovisual de registrar algunas actividades de corte familiar o doméstico se transformó en una actividad que los servicios públicos locales comenzaron a solicitar, lo que llevó a legalizar todo lo que estábamos haciendo”, manifiesta Arana.

Algo similar piensa Manuel Palma, propietario del *Canal Televisión Colchagua*, “en el año 1993 comenzamos grabando matrimonios, empezamos con el tema de grabar en VHS, pero finalmente invertimos en tecnología digital. Sin embargo, para recuperar esa inversión es muy difícil, uno tiene que competir mucho y algunas veces consigo mismo, porque hemos tratado de romper las barreras locales con empresas grandes, pero lamentablemente toda su publicidad está dirigida o colocada en canales de cobertura nacional”. Agregando que “la oficina está en mi casa, el set es la calle y yo hago el 70 % de las cobranzas. Las grabaciones y las ediciones las hago yo, por lo tanto no tengo que pagarle el sueldo a nadie. No existen personas contratadas a parte de mi hermano quien hace de hombre orquesta y eso hace que subsista el canal. Sí se contratan personas para casos especiales donde hay topones de horario o para actividades especiales que son contratadas por un cliente. Mi hermano es autodidacta hizo un curso a distancia Teleduc y el curso se llamaba cómo hacer un video profesional, pero desde que tomas una cámara sin saber nada, haces el curso y te cambia radicalmente el tema”.

En lo que respecta al modelo de negocios (Gráfico 2) la mayor parte de los canales locales basa su economía en la venta de publicidad, spot que son ofrecidos principalmente a grandes empresas que tienen sucursales en localidades específicas y que son de gran arraigo para la comunidad. Instituciones como mineras, forestales, celulosas e industrias de diferentes rubros que ya llevan décadas instaladas en esos lugares y

que en una suerte de responsabilidad social para con la comunidad en la que están inmersas invierten publicitariamente en una estación de la localidad. Es el caso, por ejemplo, de *Canal VTV* de Yungay, donde sus principales contratos publicitarios están con las empresas forestales, como bien lo manifiesta Mariano Arana gerente y propietario de la estación local. “Actualmente las empresas forestales, en la comuna de Yungay, que está muy caracterizada por Arauco y Mininco, han suscrito convenios y contratos con nosotros y son la parte más fuerte del canal, lo que se complementa con otras publicidades locales. Nosotros no vendemos publicidad tan barata como otros canales locales, preferimos no pasar publicidad si la gente no tiene la disponibilidad a pagar el mínimo que nosotros exigimos”.

Un ingreso no menor son los contratos con municipalidades u otras instituciones públicas, convenio donde el canal renta un espacio dentro de su parrilla programática o bien crea programas específicos para la difusión del quehacer de esa institución. Como bien señala Luis Flores, gerente de *Iquique televisión*, “nos empezaron a contratar otros entes, mineras, universidades, para entrar en el ámbito de la creación y de las series documentales.” A veces los contratos se dan con más de una municipalidad como es el caso de *TV8* en Concepción que actualmente posee contratos con las municipalidades de Talcahuano, Concepción, Chiguayante y San Pedro de la Paz.

Algunas entidades gubernamentales también aprovechan la parrilla programática de los canales locales. “Nos llegan programas de INDAP (instituto de desarrollo Agropecuario), que son programas agrícolas, donde se muestran cosas para apoyar a la gente, cómo conocer toda la parte vitivinícola, la apicultura y la agricultura, que son temas que a la gente de acá nos interesa”, afirma Cecilia Rojas directora del *Canal 5* de Linares.

A ello se suman ingresos por corresponsalías de cadenas de prensa a nivel nacional que dan un piso financiero a algunos canales locales y que además dan garantía de la seriedad y calidad de las transmisiones. Dicho modelo de negocio se basa en que muchos de los canales locales operan paralelamente como productoras de televisión. “Somos corresponsal exclusivo de CNN en la región, eso nos terminó de reforzar y además atrajo inversiones”, señala Luis Flores gerente de *Iquique televisión*. Algo parecido dice Patricio Almendra, gerente de *televisión 8* en Concepción, “como productora trabajamos para *Megavisión* y *Chilevisión*. Prestamos muchos servicios a canales nacionales, para las elecciones (presidenciales y parlamentarias de diciembre del 2009) el móvil fue arrendado por CNN y *Chilevisión*”.

El hecho de ser corresponsales, muchas veces también significa no sólo un ingreso, sino también un ahorro en el particular modelo de negocios que significa tener una televisora local. Así lo piensa Andrés Pons propietario y gerente de *Girovisual televisión*. “Somos corresponsales de TVN y CHV hace ya harto tiempo y ahora de CNN Chile en toda la Quinta Región. Tenemos un convenio donde podemos bajar noticias de ellos y ellos nos solicitan notas exclusivas. No son grandes sumas de dinero, pero es muy raro que nos pidan notas demasiado importantes, por ejemplo si yo tengo que cubrir una noticia para *Chilevisión*, las mismas imágenes también las ocupo para mi canal, por lo tanto el costo de enviarles el material es el mismo que para mi propia nota”.

Curiosamente, la presencia de publicidad de empresas particulares más pequeñas en las pantallas de canales locales no es tanta como se podría pensar, principalmente pues dichos negocios apuntan más a la publicidad radial que a la televisiva, lo que se justifica por un tema de costos. “Al principio cuando uno iba a vender publicidad, la típica reacción de la gente era decir oye en la radio me cobran 5 mil mensuales y me pasan 10 veces al día. Tú no puedes competir con eso, costó mucho

hacerle entender a la gente lo que cuesta hacer un spot publicitario, ir a grabar, luego editar y enseguida pasarlo al aire la cantidad de veces que ellos querían en pantalla”, sostiene Mariano Arana, quien además de ser el gerente de un canal local de Yungay, es el director de la Asociación Regional de Televisoras Locales de la Región del Bío Bío, Aretel Bío Bío.

“La publicidad local aporta muy poco. Estamos en una zona bastante difícil con un alto grado de cesantía, las campañas políticas nos han ayudado bastante y con eso logramos crecer y construir nuevas locaciones”, afirma Rous Pons, directora de prensa de *Giro Visual Televisión*, una empresa televisiva de la Quinta Región.

El hecho que un 35 % de los canales encuestados (Gráfico 2) señale que los fondos concursables representan menos de un 25 % de su financiamiento anual, es un indicador de la disconformidad y de la menor importancia que tienen este tipo de ingresos en el modelo de negocios de las televisoras locales en Chile. Aún cuando existen algunas televisoras que ven en ellos un apoyo circunstancial a algunos períodos. “También ingresan fondos concursables, de hecho hemos ganado varios. Actualmente estamos terminando la entrega de los fondos 2008-2009 que por segunda vez este canal se ganó. Son fondos regionales que dependen de la Secretaría General de Gobierno y que son fondos que se colocan a disposición del CORE (Consejo Regional de Gobierno). Hicimos doce cápsulas de orden de participación ciudadana que le gustó harto a la gente, pues no todos saben que hacen los concejales, el alcalde, los juzgados, el juez de policía local. Son doce cápsulas que ha tenido un buen resultado”, manifiesta Mariano Arana.

Los fondos públicos es un tema polémico entre los propietarios de estaciones de televisión locales, pues muchos de esos fondos en sus normativas indican como requisito para postular el que las estaciones de televisión tengan una cobertura regional la cobertura regional y que

transmitan por vía aérea, dejando fuera de concurso a muchos canales de televisión que sólo transmiten en una o dos localidades o bien sólo lo hacen por cable.

Incluso la transparencia de dichos concursos es cuestionada por algunos directores de medios. “Yo por lo menos no voy a postular nunca más a un Fondart. Las veces que lo he hecho me ha ido mal. Los Fondart (fondos para el desarrollo de las artes en Chile) son todos proyectos manipulables, son efecto de favores políticos y luego tienes que pagar esos favores políticos”, dice Sergio Palma, editor y Director de *Televisión Colchagua*. “Casi no postulamos a proyectos Fondart, pues esos fondos se los llevan todos los que van por vía aérea”, apunta en tanto Patricio Almendra, director de *televisión 8*.

“La verdad que es muy complicado, pues piden muchos antecedentes y quita mucho tiempo, algunas veces lo que hemos hecho es contratar a un equipo para competir en ese ámbito específico. Y la gente que uno tiene ya tienen funciones específicas y tener un equipo sólo para eso, no siempre vale la pena”, agrega Rous Pons, directora de prensa de *Girovisual televisión*.

2. Infraestructura

Está claro, a la luz de los resultados recolectados, que tener un canal de televisión local no es un negocio que sea sinónimo de ingresos y ganancias rápidas. Sino más bien, responde a aventuras empresariales de largo aliento, que comienzan en personas autodidactas con escasa formación profesional en el área audiovisual y que luego evolucionan hasta formar un canal de televisión, de acuerdo a las oportunidades que les va abriendo el mercado y la propia comunidad en la que están inmersos. Tomando en cuenta estos antecedentes, es fácil comprender que gran parte de los canales encuestados, un 49 %, gaste entre 500 mil y 5 millones de pesos mensuales en operaciones (Gráfico 3), una inversión mínima si se considera el pago de sueldos, tecnología y gastos básicos como luz, teléfono, Internet, agua y oficina.

“Cabe recordar que empezamos muy pequeños, pero de a poco hemos ido apostando a esta empresa. También tenemos ingresos compartidos entre fondos y proyectos concursables. Hemos tenido programas envasados en conjunto con algunas productoras, pero no han sido muchos los ingresos por este ítem”, apunta Rous Pons, directora de prensa de *Girovisual Televisión*. “En el caso nuestro fue una consecución de hechos, en este caso siempre me interesó el tema de las comunicaciones y se fueron dando paso a paso, comencé a investigar y a tomar fotografías, en base a mis estudios de informática cree mis primeras editoras de video”, agrega Mariano Arana, director y propietario de *Canal VTV Yungay*.

La forma a la hora de enfrentar la empresa audiovisual es bastante diversa entre los encuestados y entrevistados. Los hay desde canales que trabajan con una sola persona como *televisión Colchagua* hasta canales que dan empleo a más de 20 personas mensualmente, en esta última categoría destacan por ejemplo *televisión8* de Concepción, *Girovisual* de

Isla Negra, *Canal 5* de Linares y *Canal 30* de San Javier.

“Mi hermano trabaja solo, pues Santa Cruz es una ciudad con muy pocos habitantes, no más de 5 mil abonados por lo tanto no es muy rentable. Mi hermano hace de camarógrafo, editor y programador del canal y eso es muy común en el cable. Cuando comenzamos teníamos estudios, arrendamos una casa y teníamos periodistas, pero hoy tenemos una buena cámara y un buen camarógrafo y es suficiente”, indica Manuel Palma, director ejecutivo de *televisión Colchagua*.

Un dato que contrasta con la formación autodidacta de los propietarios de los canales locales, es que muchos de ellos una vez que la empresa comienza a ser rentable se preocupan de contratar gente idónea y capacitada en el área. De hecho, un 50 % de los canales encuestados tienen más de 12 profesionales o técnicos trabajando en el canal. (Gráfico 10) A ello se suma que el 85 % de los canales encuestados tienen al menos un periodista contratado, sea a contrato indefinido o a honorarios, para desempeñarse profesionalmente en su estación de televisión, siendo un periodista por canal local la alternativa mayoritaria. Sólo tres de veinte canales sondeados no poseen periodistas contratados (Gráfico 11).

Ya en torno a la interrogante del tipo de vínculo por el que transmiten los canales locales en Chile, se puede determinar que sólo una pequeña parte, que no supera el 15 %, lo hace exclusivamente por vía Hertziana. Gran parte de los canales, un 45 %, lo hace exclusivamente por el cable y un 30 %, transmite su señal por Cable y Hertziana en forma paralela. No se contabilizan canales locales que transmitan vía satélite a su comunidad. (Gráfico 4).

En cuanto a la cobertura de los canales locales (Gráfico 6) ésta es variada y depende fundamentalmente del vínculo de transmisión utilizado por la estación local. Así por ejemplo, si va por televisión aérea la cobertura

cubrirá la comuna en la que sale y muchas veces, dependiendo de la calidad de la antena repetidora y de la potencia de los transmisores, podrá superar dicha zona geográfica. De ahí que se entienda que el 70 % de los canales locales encuestados supere en cobertura el perímetro geográfico de su comuna de origen.

En cambio, si va por cable dependerá de la amplitud que tenga el cable operador. Muchas veces, especialmente en ciudades pequeñas existe cable operadores con escaso desarrollo comercial y por ende con pocos abonados. Así por ejemplo, en la comuna de Yungay, Octava Región, existe televisión Cable Nacimiento Limitada que tiene más de 8 mil abonados y cubre Yungay Centro, no así Cemet que opera en el mismo lugar, pero su desarrollo no supera los 100 abonados. De ahí que muchos canales locales que antes del año 2000 estaban operando en televisión abierta hoy mantengan su banda en el espectro y le hayan sumado una concesión en el cable operador que funciona en su comunidad, con la finalidad de estar presentes en ambos vínculos de transmisión y así aumentar las probabilidades de ser visto, Tal y como lo refleja el 30 % de los canales encuestados (Gráfico 4).

Con respecto a si los canales locales están asociados o pertenecen a alguna red o corporación (Gráfico 7). Un 60 % de los canales locales encuestados manifestó no pertenecer a ningún tipo de organismo gremial o asociativo que los convocara.

En Chile, existen pocas instituciones gremiales que reúnan a este tipo de estaciones de televisión. De ellas la más fuerte o la que tiene más abonados es la Asociación Regional de Canales de Señal Abierta de Chile, Arcatel, que nace en mayo del 2007 y que reúne a 17 canales de todo Chile. Asociación que en su misión destaca el transformar a la agrupación y a cada uno de sus integrantes en referentes nacionales de televisión regional, fomentando la identidad local con contenidos de calidad.

La sigue en importancia Aretel Bío Bío, institución que nace el 2004 y que logra reunir a cinco estaciones de televisión local, todas ellas de la Región del Bío Bío. La diferencia entre ambas, además de la representación nacional y regional respectiva, es que Aretel Bío Bío agrupa tanto a canales del cable, como canales de señal abierta, mientras que Arcatel sólo a televisoras que transmiten de forma aérea o que sean recepcionadas por antena.

Otro tipo de asociación, interna del cable operador VTR, son los canales Veo, una red de canales nacida el 2004 y que agrupa a nivel nacional a 10 estaciones locales que por supuesto emiten su señal a través del cable operador VTR. Empresa que según se lee en su web⁷⁵ busca con esta iniciativa velar porque las ciudades y comunidades tengan acceso a contenidos locales con altos estándares de calidad. Por ello, desde el 2004, VTR apoya el desarrollo de canales locales de televisión en diez ciudades del país. Con ese objetivo VTR fomenta el desarrollo de una televisión regional de calidad, que al mismo tiempo se convierta en un negocio sustentable para las productoras locales.

Otra asociación de televisoras locales y/o regionales es Renatel, una red nacional de televisión regional cuya finalidad es colocar publicidad en medios más pequeños, incluyendo televisión on line, local y regional. De ahí que sirva como eje publicitario vinculante y no represente ningún tipo de obligación para sus asociados.

El pertenecer a asociaciones finalmente es una gran ventaja a la hora de postular a fondos que pueden apoyar la inversión tecnológica o la creación de nuevos contenidos para la televisión local, paradójicamente sólo un 45 % de los canales encuestados pertenece a algún tipo de asociación, aún cuando las ventajas son evidentes. “A nivel de Aretel Bío Bío se comenzó a generar movimiento y gracias a ello estamos asociados

⁷⁵ <http://vtr.com/empresa/sustentabilidad/programa-canales-locales.php>

a consorcios internacionales de desarrollo de tecnología y redes. Eso no se da a nivel individual y menos a nivel local. El crear Aretel nos da muchas posibilidades de conseguir fondos concursables, especialmente europeos para ir implementando nuestro canal de televisión”, manifiesta Mariano Arana gerente de Aretel Bío Bío. “Se ha pensado varias veces en hacer algo a nivel nacional pero hay una reticencia en otras regiones, lo que hemos hecho es incentivar a otras regiones a formar asociaciones similares y luego unirnos en una suerte de federación. Por supuesto creo que una asociación y representación a nivel nacional sería lo más óptimo, pero no se ha dado la posibilidad, pues eso depende de las personas. Pueden haber muy buenas ideas, pero si no existe la motivación es muy difícil llevarlo adelante”, agrega Arana.

En relación al formato de grabación de los contenidos, se puede decir que el 100 % de los canales encuestados ya ha emigrado al digital, específicamente al DV. (Gráfico 8) Un altísimo porcentaje, cercano al 90 %, trabaja en formato MINIDV y el restante también lo hace en DVCAM. El formato DV (*Digital Video*) es un estándar de vídeo de gama doméstica, industrial y broadcast. Se basa en el algoritmo DCT y usa como protocolo de transmisión de datos el IEEE 1394 o también conocido como conexión firewire. Generalmente graba en una cinta de 1/4 de pulgada y fue creado en 1996 como un estándar internacional según la norma IEC 61834, que define el códec y el tipo de cinta. Fue desarrollado como formato digital de vídeo para un entorno industrial, pero su excelente relación calidad-precio provocó que se haya convertido en el formato predominante en el vídeo doméstico, como *Mini DV*, y que hayan surgido versiones profesionales como *DVCAM* y *DVCPRO*.⁷⁶

⁷⁶ Extraído el 27 de julio de 2010 de : http://es.wikipedia.org/wiki/Digital_Video

3. Contenidos

Los contenidos son sin duda la fortaleza principal de los canales locales, de ahí que a la hora de autodefinirse como medio el contenido local y la defensa de la identidad de la comunidad en la que está inmersa la estación televisiva son ideas muy recurrentes entre los entrevistados. “Primero que nada tiene que ser absolutamente regional, tiene que ser muy pluralista a ultranza, no puede darse el lujo de sectorizarse, dándole entrada a todo el mundo”, señala Luis Flores gerente y propietario de Iquique televisión. Algo similar piensa Mariano Arana, propietario y director de VTV Yungay, quien sostiene que “la definición de local tiene que ver más con las personas. Porqué aquí puedes tener gente que tiene mucho dinero, pero su gente carece de fortaleza que le permite enfrentar las contingencias del medio. Así también, estar abierto a lo que la comunidad local necesita. La idea es tratar de estar en el pensamiento de la gente, motivándolos a verte y a informarse a través de tu señal”, agregando que “ni con todos los recursos que tengan los canales grandes van a poder competir con la identidad local que desarrollan las estaciones locales, quizás la única forma sería instalar emisoras locales que sean parte de esas cadenas. Esa gran fortaleza es lo que define más a un canal local”.

Por su parte Cecilia Rojas, directora del *Canal 5* de Linares cree que una labor importante de los canales locales es el servicio a la comunidad y eso tiene que estar presente y marcado definitivamente en los contenidos. “Nosotros tratamos de tener una programación que a la gente le sirva de algo en la vida. Ahora tenemos un ciclo de programas con el departamento comunal de salud, quienes han traído psicólogos, pediatras, ginecólogos. Especialistas de todas las áreas para apoyar a la gente que no puede llegar, que no tiene acceso a eso”. Agregando que “no nos interesa a nosotros que fulana de tal se acostó con fulano de tal y todo eso pasa tan lejos de nosotros, es una realidad que no nos compete. Y eso es el quiebre

que ha querido hacer el canal local, ofrecerle una alternativa a la gente”, sostiene Rojas.

Algo muy parecido agrega Alexis Berríos, director general del *Canal 30* de San Javier, “un canal local es un espacio donde se puede entregar una información a la comunidad, entregando un servicio a la comunidad, a la sociedad”.

Otra idea muy recurrente a la hora de autodefinirse como canal de televisión local es la cobertura de transmisión del mismo. La que no debe, a juicio de los entrevistados, exceder la región en la que transmite. Sin embargo, hay algunas posturas disímiles que indican que independiente de dónde transmitan y hasta donde lleguen lo realmente vital es el contenido. “Yo creo que es una oportunidad. En términos digitales, la televisión local es una oportunidad, por la televisión local va a reflejar la vivencia de un territorio determinado, porque qué es lo que define la televisión local –digamos– no es sólo un espacio geográfico, o sea yo puedo tener un espacio geográfico para poder transmitir televisión, pero si no reflejo los contenidos de ese territorio no es televisión local. Entonces para poder ser televisión local yo tengo que tener contenidos locales”, dice Gastón Muñoz, director del *Canal 39* de La Pintana.

La idea de defender la identidad local es uno de los valores que a juicio de los entrevistados debe estar presente en los contenidos de una estación local. “El tema de la identidad es sumamente relevante para la televisión local, porque la televisión local que está inserta en una determinada localidad tiene que entregar contenidos que respondan a las características de esa localidad”, agrega Muñoz.

De hecho, la exclusividad local de los contenidos es una alternativa real dentro de algunos canales locales, filtrando cualquier noticia de carácter nacional o internacional que no tenga relación con la zona. “Hoy

televisión 8 se caracteriza por ser un canal local, no encontrarán nunca una nota de nivel nacional, excepto cosas puntuales que son de trascendencia para la zona”, afirma Patricio Almendra, propietario de *televisión 8* en Concepción, agregando que “no hacemos nada que no sea local y lo mantendremos así y estoy convencido que mucha gente se va a quedar con nosotros. Los que quieran verse, ver su ciudad, nos sintonizarán”.

La información cualitativa entregada por los entrevistados en este caso coincide con la cuantitativa entregada por los gráficos, como queda reflejado en el Gráfico 16 donde un 80 % de los canales locales en Chile programan producción propia entre 5 y 7 días a la semana. Dentro de la parrilla destacan los noticieros como un punto fuerte de la programación, de hecho sólo un 5 % de los encuestados dijo no tener noticias en su parrilla programática y un 55 % de ellos tiene un programa de corte noticiero los siete días de la semana (Gráfico 15).

Existen canales de televisión locales donde las noticias pueden determinar la existencia del propio canal, como es el caso de *Girovisual* en Isla Negra. “Tenemos cinco noticiarios diarios de casi una hora, muchas noticias y cada dos horas son los adelantos. También tenemos entrevistas con diferentes personalidades, lo que se traduce en muy pocas noticias nacionales. Tenemos equipos de prensa en cada comuna o cada dos comuna”, manifiesta Rous Pons directora de prensa, añadiendo que “cada equipo emite cuatro noticias y se arma el noticiero central. El editor hace un condensado de las noticias, un programa para la costa y otro para el interior. El fin de semana se hace un resumen de noticias y se repite”.

Hay otros casos donde el presupuesto para realizar producciones propias es muy escaso y las noticias son el único producto televisivo propio que emite la estación, como es el de *Televisión Colchagua*, en la Región de O’Higgins. “Sólo transmito noticias de distinta índole, desde una inauguración hasta un accidente de tránsito. Yo hago un máximo de dos

noticias diarias. Si es algo muy importante lo tiro en vivo, pero casi siempre lo que hago hoy lo lanzo mañana. Antes corríamos mucho, teníamos programas, pero poco a poco nos hemos ido comprimiendo hasta llegar a una sola persona. Todo ello pues el canal necesita financiarse”, dice Sergio Palma, editor periodístico de *televisión Colchagua*.

En relación a las horas de programación, un 65 % de los canales locales encuestados transmite 24 horas al día (Gráfico 14) en forma ininterrumpida. Esto se logra gracias a un sistema de repetición de programación llamado 24/7, donde la estación de televisión tiene 7 horas de programación continua que luego se repiten hasta completar las 24 horas del día, modalidad que por ejemplo utiliza *televisión 8* de Concepción y que en algunos casos es exigida por cable operadores que dentro de las cláusulas contractuales estipula que el canal no puede apagar sus transmisiones.

Otros como *Girovisual* de Isla Negra programa recitales de música, “estamos al aire las 24 horas, hay un programador, en la noche hay música y algunos programas que se repiten”, manifiesta Rous Pons, directora de prensa de la estación local. Algo parecido hace *Iquique televisión* quien tiene automatizada la transmisión, “entre las 12 y las 8 se automatiza, tenemos gente a cargo, desde la ocho de la mañana tenemos gente dando vuelta y a partir de las 10 de la mañana se comienza a salir en vivo. Eso sí hay gente de control fácilmente hasta las 12 de la noche y ahí queda automatizado el canal”, apunta Luis Flores gerente de *Iquique televisión*. Otros, sin embargo, dejan cartones con publicidad o con programación en horas donde el canal está fuera del aire, las que generalmente son de madrugada o pasadas las 00:00 horas.

En torno al género de programas con más presencia en la parrilla programática de los canales locales, es la entrevista la que más inclinaciones tiene, llegando a un 25 % de las preferencias (Gráfico 17).

Seguido de programas de corte magazine con un 19 %. Hay que precisar que el instrumento consignó una opción “Otro”, que a la larga concentró un 44 % de las preferencias. En esta opción los encuestados podían agregar géneros no incluidos en el instrumento. Así entonces, los encuestados marcaron a los géneros documental, deportes y reportajes, como los más recurrentes en la parrilla programática dentro de la opción “Otro”, aún cuando no alcanzan la mayoría si se sumaran todas las categorías.

Hay un caso especial dentro de las televisoras locales y es aquel donde las emisoras de televisión se originan dentro de otra institución, como puede ser una municipalidad. Generalmente son proyectos que nacen de una necesidad comunicacional del gobierno comunal, que ve mucho más conveniente tener un canal de televisión que contratar los servicios de terceros para su difusión. Pues sólo en escasas ocasiones las actividades municipales son cubiertas por los canales de televisión, aún cuando algunas de ellas refuerzan la identidad comunal o bien entreguen información de servicios ofrecidos por la municipalidad a sus habitantes.

El problema surge a la hora de definir la línea editorial de dichos canales de televisión. “Existe esa aprehensión por parte del legislador que va a ser “el canal del alcalde” y nosotros decimos que no, evidentemente que se da, pero no en este caso. El alcalde en ese sentido tenía la película bien clara y la línea editorial tenía que incluir ciertos elementos obligatorios por decirlo de alguna forma, pero el alcalde no iba a estar sobre el canal definiendo qué es lo que sale y qué es lo que no sale, hay cierta independencia”, afirma Gastón Muñoz, director del *Canal 39 La Pintana*, agregando que “cuando surge se define una línea editorial, bueno este canal va a ser un canal primero comunitario, o sea como incorporamos a la comunidad a hacerse parte de este canal, segundo iba a ser un canal educativo, por lo tanto esos contenidos tenían que enfocarse en la educación de La Pintana, y tercero que ayude a construir la identidad pintanina. Entonces todos los contenidos tenían que apuntar a esas tres

líneas”.

El *Canal 39* de La Pintana es un caso a destacar, posee una parrilla programática que en un 80 % es producción propia y de una calidad creativa que supera incluso a canales de cobertura nacional. Un ejemplo son los documentales locales que buscan rescatar la identidad de La Pintana. “Hemos hecho hartas cosas, hemos rescatado el lado histórico, por ejemplo se hace un programa de corte documental en el que se va a las poblaciones y se conversa con la gente para ver cómo llegaron a vivir a este sector. Ahí cuentan su historia, entonces eso va generando un tema de identidad importante. Además hay historias súper bonitas, por ejemplo aquí hay una población que se llama Gutemberg, entonces cuando tu vas a conversar con ellos y resulta que eran todos linotipistas, por lo tanto en su tiempo era gente muy culta, porque para hacer las letras tenían que leer, entonces es gente que tiene una relación con el conocimiento distinta, súper interesante”, apunta Gastón Muñoz.

3. Realidad de la Televisión Local

La mayoría de los entrevistados acusa una compleja subsistencia de la televisión local en Chile, marcada por la desigualdad entre los canales locales y los de cobertura nacional, asociados bajo el paraguas de la Asociación Nacional de Canales de Televisión, Anatel. Desigualdad que se manifiesta en varios aspectos, primero la ausencia de una normativa legal exclusiva para los canales locales y no en una común para todos como ocurre hasta ahora.⁷⁷

Para el *Canal 39* de La Pintana el tema de la ley que rige actualmente a la televisión local es un tema muy sensible, especialmente pues ellos están al margen de la legislación desde que aparecieron en pantalla, a finales del 2005, pues transmiten por televisión abierta aún cuando legalmente está prohibido para aquellas emisoras que surgen después del año 2000. “Nosotros transmitimos de forma ilegal, pero no de forma ilegítima, o sea son dos temas distintos. Nosotros siempre hablamos de la legitimidad, que algo sea legítimo –que el canal y sus transmisiones sean legítimas- significa que la gente lo tomó como algo suyo y lo considera positivo”, dice Gastón Muñoz director del canal.

“Si la ley que va a establecer todo el sistema digital y la norma y el funcionamiento nos excluyera, yo creo que la gente perfectamente nos reconocería como algo que hay que defender y por lo que hay que luchar, porque si la gente piensa que uno está por la línea correcta no tiene por qué la ley de la televisión digital quitártelo, al contrario, tiene que incluirte”, agrega.

Algo similar piensa Mariano Arana, director y propietario de *Vtelevisión Yungay*, “la actual ley es una aberración, es un tremendo problema que

⁷⁷ A la fecha del estudio, aún estaba en proceso de trámite y discusión la nueva ley de televisión.

han debido sortear muchos que han querido hacer televisión abierta, pues el espectro ha estado congelado sin ningún sentido y eso deja de manifiesto cómo se mueve Anatel a nivel político, pues cuando se congeló el espectro se pensó en que no existieran más señales arriba que tuvieran acceso directo a la televisión digital. Aunque sea a 10 ó 20 años plazo, pues esa gente trabaja a esos plazos. Por lo menos lo que tenemos hoy legalmente es un sistema que protege el oligopolio de las canales de cobertura nacional”.

La desigualdad entre medios nacionales y locales también se vislumbra en la inequidad de la torta publicitaria, pues no existe ningún tipo de incentivo o decreto comercial para las agencias de publicidad que las obligue a colocar sus productos en los canales locales y por último la falta de una voluntad política por parte del gobierno, que busque apoyar la importante labor de los canales locales a la hora de rescatar la identidad de la comunidad.

Uno de los aportes importantes que reciben los canales de televisión son las campañas de difusión del gobierno, pero la totalidad de ellas son absorbidas por los canales de cobertura nacional pues la Ley lo estipula así. De ahí que uno de los principales puntos a resaltar a la hora de analizar la realidad de la televisión local en Chile es una Ley que separe a los canales locales de los nacionales y así garantice sus derechos en igualdad de condiciones. “No existe una ley diferente para los locales, estamos todos juntos tanto nacionales como locales. En cuanto al contenido estamos regidos por el Consejo Nacional de Televisión, pero estamos todos bajo el mismo concepto”, señala Andrés Pons, director ejecutivo de *Girovisual*. Agregando que se hace necesaria una normativa legal exclusiva para los canales locales, “creo que debiera existir pues los canales locales tienen otros problemas. Creo que el gobierno cada vez que hace publicidad social hace publicidad en Anatel y no en los canales locales, por lo tanto no existe una conciencia gubernamental en ese

sentido, lo que ha pedido la asociación de canales regionales es que cada vez que el gobierno tenga campañas de difusión, sea de salud, medio ambiente u otro, contrate un porcentaje que por obligación vaya a los canales locales y regionales pues no es lógico que los canales grandes se lleven solos la torta publicitaria y los canales locales que son los que están más cerca de la comunidad no tengan acceso a esos dineros”, enfatiza Pons.

Algo similar sostiene Luis Flores gerente de *Iquique Televisión*, “el sistema está hecho para los más grandes. Eso lo hemos planteado en innumerable oportunidades y han tenido mucho cuidado de mantenerlo así. El hecho que recién se haya elegido la norma y que recién se esté elaborando la ley que nos dará acceso a ello. Pues si bien está elegida la norma nadie te dice cómo será el sistema para acceder a la frecuencia, a quién hay que pedírsela. No existe eso. Afortunadamente ya existe un paso, la norma, sin embargo aún falta mucho. La televisión ha estado enfocada a privilegiar a algunos canales y ha estado empeñada en colocar el freno a generalizar la televisión, con toda la falta que de ello hace”, afirma.

“Es un sistema absolutamente centralizado. Si uno analiza la ley de televisión actual. Ni siquiera están los conceptos donde se define que es una televisión regional, local o comunitaria. Aspectos que son muy importantes para el tema de ejecución y producción externa. Por lo tanto, hemos estado 50 años dependiendo de un canon de televisión impuesto desde Santiago y que ha complicado a muchos, incluso a nosotros que hacemos televisión local”, dice Mariano Arana, gerente y propietario de *VTV Yungay*.

La escasa voluntad política de normar a la televisión local es otro tema destacado por los entrevistados. “Falta una voluntad de aterrizar esto rápido, yo creo que hay un contrasentido, como que nos vendieron la

televisión local en beneficio de los grandes para evitar salir perjudicados. Yo creo que al gobierno y en particular a la concertación⁷⁸ le ha hecho mucha falta tener medios de comunicación local y a los pocos medios que lograron levantar algo la cabeza finalmente los dejaron morir. Yo no entiendo qué clase de gobierno puede permitir eso con la falta que hace la comunicación”, añade Luis Flores.

“Se ha legislado por medio siglo privilegiando a los canales de Anatel. Incluso el mismo tema de las agencias de publicidad que a la hora de colocar sus productos son cerradas a esos canales de televisión y no son capaces de abrir la mirada a otras plataformas televisivas que existen a nivel nacional como son las televisoras locales”, agrega Mariano Arana, gerente de *Vtelevisión Yungay*.

Manuel Palma, gerente de *Colchagua Televisión*, afirma que la televisión local está muy abandonada por el gobierno. “Lamentablemente está muy alicaída, es muy necesario el apoyo gubernamental, pues la televisión local es fundamental para la identidad local. La televisión local es mucho más importante que la televisión abierta, ayuda al fortalecimiento de las comunas y se complementa con otros medios locales como la radio y los diarios de la comuna”.

“El otro reparo sería que las grandes campañas publicitarias que hace el gobierno las pone en cadenas nacionales y pide gratuidad en los canales locales y no te gasta publicidad en eso y si la gasta es casi nada. Pero tú puedes ver por Internet los valores que se gastan por campaña del gobierno son altísimos, son millonarios, pero de ese dinero ni siquiera un millón llega a los canales locales, no te llega nada”, afirma Cecilia Rojas, directora del *Canal 5* de Linares.

⁷⁸ Esta entrevista fue concedida en diciembre del 2009, la Concertación de Partidos por la Democracia, conglomerado de partidos gobernantes en ese momento, gobernó de manera ininterrumpida durante 20 años desde 1990 hasta marzo del 2010.

Dichas opiniones son respaldadas con antecedentes cuantitativos recolectados por el instrumento donde un 90 % de los entrevistados cree necesaria la creación de un fondo de apoyo a la televisión local y tan sólo un canal, de 20 estaciones televisivas entrevistadas, no está de acuerdo con esta opción. (Gráfico 18-O)

La desigualdad también se manifiesta en el acceso a concursos públicos, como dice Patricio Almendra, gerente de *televisión 8* Concepción. “El gobierno se ha preocupado sólo de los canales grandes, como televisión local no nos han ayudado nada, no tenemos derecho a proyectos, a postular a una publicidad del gobierno regional, pues en todos los concursos le colocan entre las exigencias de postulación el ser televisión abierta”. Agregando que “se debiera mejorar la igualdad entre los canales, si hay en Concepción cinco canales que no hayan restricciones para los canales de cable y que no sólo los canales abiertos tengan la posibilidad de recibir campañas publicitarias gubernamentales. Insisto no podemos postular a los fondos del Consejo Nacional de Televisión pues es sólo para televisión abierta”.

Las opiniones de los entrevistados expuestas en párrafos anteriores se reafirman con la información cuantitativa recolectada a través del instrumento. De hecho, en el gráfico 18-M, la mitad de los entrevistados considera que el actual sistema de concesiones no es democrático ni transparente y sólo un 15 % piensa que sí lo es.

Mientras que en el gráfico 18-N los encuestados afirman con un categórico 63 % que se debería liberalizar el espectro radioeléctrico, terminando así con la congelación de la banda hertziana y abriendo concursos para que nuevas televisoras locales puedan transmitir de forma aérea, lo que permitiría que muchas personas a través de antena puedan recibir la televisión local en sus respectivas comunas.

4. Desafíos y temores de la televisión local ante la TDT

El 14 de septiembre del 2009 fue un día histórico para la calendarización que implica la digitalización del sistema televisivo chileno. Ese día, mediante el decreto N° 136 la entonces presidenta de la República Michelle Bachelet decretó que la norma ISDB con el sistema de compresión MPEG-4 sería la norma técnica de transmisión de televisión digital aérea en nuestro país.

Fue una decisión difícil y muy compleja, que involucró a dos gobiernos seguidos y que surgió después de por lo menos ocho años de pruebas técnicas, consultas a expertos y visitas a países donde operaban los sistemas de transmisión. Pero por sobre todo, una elección donde influyó el lobby político internacional, dada la trascendencia económica que tiene una decisión de esta naturaleza tanto para Chile como para Latinoamérica.

Ahora Chile es aliado tecnológico de Brasil y todo indica que, a pesar de los detractores, técnicamente la ISDB es la norma más sólida para la compleja geografía de nuestro territorio. La elección de la norma de transmisión es el punto de partida hacia el esperado apagón analógico de nuestro país, proyectado para el 2017 después de ocho años de transición tecnológica. Será entonces cuando cesarán las emisiones de televisión analógica y serán reemplazadas por las digitales con todas las ventajas que dicho sistema tiene y que fueron expuestas en el capítulo que da base teórica a esta investigación.

En este camino tecnológico que ya tiene fecha de inicio y año de llegada, la televisión local como institución protagonista está llena de dudas, temores y desafíos. Sabido es que deberán dejar de emitir en analógico para transformar su señal en digital, una cuestión no menor para canales pequeños que no tienen los ingresos de un canal de cobertura

nacional, ni menos el apoyo gubernamental para optar a un fondo de apoyo.

Dichas dudas quedan manifiestas en los resultados recolectados por el instrumento donde un 70 % de las televisoras encuestadas sabe que la forma de trabajo que han tenido por años deberá cambiar drásticamente, si es que quieren seguir formando parte del sistema televisivo. (Gráfico 18-a)

Pero la incertidumbre no es tan negativa pues un 77 % de los encuestados está consciente que la incorporación de la televisión digital traerá beneficios a su canal, (Gráfico 18-B) lo que coincide plenamente con la información del Gráfico 18-F donde en una suerte de contrapregunta de afirmación un categórico 74 % contesta estar en desacuerdo con la aseveración de que la TDT no traerá beneficios a su canal.

Pero qué es la televisión digital, saben las televisoras locales qué es exactamente la televisión digital. Para Andrés Pons, director y propietario de *Girovisual*, el definir la TDT claramente pasa por determinar una ventaja para la actual televisión local, ya que “es un sistema que va a permitir que los canales locales que transmiten hoy en banda VHF puedan transmitir en UHF, cuando eso comience a operar los canales van a tener la posibilidad de tener una o cinco señales más”.

Mariano Arana, director del *Canal VTV Yungay* es también presidente de Aretel Bío Bío y eso le permite estar a la vanguardia en conocimientos con respecto a la televisión digital, pues ha sido invitado a numerosos encuentros, algunos de ellos en la Comisión de Tecnología de la Cámara de Diputados, con la intención de dar a conocer la posición de la televisión local respecto de la TDT. “Es un salto tremendo, emular lo que pasó del blanco y negro al color en la televisión de los setenta. Es un formato que nos va a permitir mayor cantidad de canales en el mismo ancho de banda de los 6 megahertz que se utilizan actualmente. Y quizás lo más

importante, más que calidad de sonido o de video, es la interactividad, es decir los servicios asociados, que emulan lo que se puede hacer a través de Internet”.

“Es un sistema que va a cambiar la norma, que lo que transmitíamos antes en una señal, ahora en un frecuencia vamos a transmitir cinco, vamos a poder repartir –como quien dice- el canal en cinco parte, vamos a poder tener un canal de deportes, un canal de cultura, un canal de noticias.”, sostiene Alexis Berríos, editor general del *Canal 30* de San Javier.

Otros como Patricio Almendra, propietario y director de *Canal televisión 8* en Concepción ya se están preparando para el salto tecnológico. “La TDT es un paso tan importante como cuando se cambio de blanco y negro a color. Hoy con la fijación de la nueva norma, podremos hacer, ver y producir televisión de mejor calidad, pero no va a ser muy visual al ojo del común telespectador, porque a lo mejor no tendrán los equipos adecuados y les va a costar para poder llegar a ver esa diferencia entre la televisión análoga y digital. Pero llegará un momento con el apagón analógico que existirá una televisión de calidad. Pero para eso tendrán que ocurrir muchas cosas, pasando por una transformación tecnológica de todos, incluyendo a los canales pequeños como nosotros. En el caso de *televisión 8*, por el trabajo que tengo y la fuerza de la productora ya estamos preparados”.

Sin embargo, hay directores de medios locales, como Cecilia Rojas editora de *Canal 5* de Linares, que aún no tienen claro lo que es la TDT y su trascendencia para la televisión en Chile. “No tenemos la claridad de lo que significa cambiarnos a esta normativa, no la sé, no la tengo clara. De hecho nosotros vamos a hacer un seminario acá en Linares, donde vienen personas de Estados Unidos a darnos una charla respecto de lo que es esta nueva norma porque yo creo que igual es poca la información, igual tú

lees de qué se trata la nueva normativa y te quedas como media colgada, todavía no entiendes bien o por lo menos yo aún no lo entiendo bien y cuando lo conversamos con la gente de acá, todavía no sabe qué es lo que vamos a tener que cambiar, porque a lo mejor hay cosas que sí nos van a servir “.

Quien tampoco está muy informado es Manuel Palma, propietario de *Colchagua televisión*, quien ve a la TDT mucho más cercana a los canales de cobertura nacional que a la televisión local. “Lo último que sé es que se definió la norma, que habrá un mejor formato de imagen y audio y que obviamente tendremos varias vías de poder captarla y que llegará en muy buena definición. Pero creo que eso se hará sólo a nivel de Santiago. La información acerca del tema creo que es insuficiente, los que nos dedicamos a esto podemos averiguar, pero al común de la gente no se la ha informado al respecto”.

Uno de los temores más reincidentes de los canales locales es el alza de los costos de producción, que eventualmente podría estar asociada a la migración tecnológica que significará pasar de una televisión analógica a una digital. De hecho, un 60 % de los encuestados no está de acuerdo con que la TDT bajará dichos costos y un 25 % tiene dudas al respecto. (Gráfico 18- c)

“El problema está para los canales locales y regionales pues un transmisor de televisión digital UHF vale 200 mil dólares, el enlace son 60 mil dólares más y eso significa sólo el equipamiento de la torre de transmisión sin contar la antena que son 300 mil dólares más. Eso sin considerar la iluminación, las cámaras, las editoras digitales, las mesas de edición, el sistema de audio. Nada de lo que tienen los canales locales hoy sirve para la televisión digital, por lo tanto el retorno es casi imposible. El gobierno dice que el Estado dará créditos a través de Corfo, pero el problema no son los créditos sino demostrar que se tienen los ingresos

para ser solventes ante ese crédito”, manifiesta Andrés Pons, director de *Girovisual*.

De ahí que para Pons los únicos que tendrán opciones de operar son los canales de Anatel, principalmente por el costo de implementación. “Es imposible que los canales locales tengan participación en ella. En toda la red de canales locales no creo que más de tres puedan operar ante el apagón analógico. La pregunta es cuántas empresas locales tendrán la espalda suficiente como para recuperar la inversión. Los costos son muy altos, desde el maquillaje hasta la iluminación”, enfatiza.

A juicio del director de *Girovisual*, el gobierno se preocupó mucho más de los televidentes, que de los propios canales locales. Pues las personas podrán recibir la TDT por unos pocos pesos más, sin embargo “el problema es que los canales locales para que esa gente los vea van a tener que transformar su sistema de transmisión. Hoy no existe ninguna obligación legal para el operador de cable para que lleve mi señal de televisión abierta por su cable, por lo tanto en la zona donde opero y opera el cable, a mí esa gente no me ve. Al mismo tiempo al salir la norma digital y la gente compre el decodificador tendrá señal abierta, pero tampoco me verá a no ser que haga la inversión. Y si hago la inversión mi retorno será el mismo, pues no me verá más gente, al contrario tal vez me vea menos. Cada día los canales de señal abierta tienen menos auditores que el día anterior, pues el cable cada día tiene uno o más abonados. Y si yo no estoy incorporado al cable, esa gente deja de vernos. Hoy el beneficio real será para Anatel, pero a los canales locales y regionales ninguna posibilidad de beneficio. El beneficio será para el televidente, pero no se pensó en que los canales tendrán que asumir una cifra altísima imposible”, concluye Andrés Pons.

Parecido piensa Luis Flores, director de Iquique televisión, quien dice

que “la televisión digital será vital en la medida que se ponga al alcance realmente, es decir si llega a tener aranceles de entrada o un costo no va a ser ninguna solución”.

El temor de no poder acceder a las ventajas del nuevo sistema es un hecho irrefutable en los canales locales, ello queda de manifiesto en declaraciones de Mariano Arana, director de *VTV Yungay*. “El temor más grande tiene que ver con el no tener los recursos necesarios como para poder comprar el equipo transmisor. Ese es el gran temor, que parta la televisión digital y que nosotros no podamos acceder a ella por un tema de costos, aún cuando tengamos la concesión. Pues como te decía no tenemos un detalle real en términos de equipamiento”, manifiesta.

Esta incertidumbre frente al poder afrontar la inversión económica que viene a futuro es lo que más atemoriza a los canales locales. Un 66 % de ellos piensa que la inversión que harán en tecnología para migrar a digital no garantiza el éxito del negocio (Gráfico 18-i) contra apenas un 11 % que piensa que sí podrán recuperar la inversión.

Por su parte, Manuel Palma, director de *Colchagua Televisión* afirma que “se necesitará más financiamiento. Se podrán crear más canales, pero el problema es cómo se proyectarán en el tiempo”.

Frente a la adversidad económica algunos directores de medios ven soluciones al problema de los costos asociado a la TDT. “Creo que la asociatividad es clave, desde el arriendo del terreno para la antena, hasta los equipos transmisores. Si un equipo te cuesta 200 millones de pesos, lo pueden pagar entre 10 o más estaciones de televisión, pues la televisión digital te permitirá eso”, plantea Patricio Almendra, director de *televisión 8* Concepción.

El otro temor importante de las estaciones de televisión local es el

aumento de la competencia con la incorporación de nuevos actores locales en el espectro. Lo que siempre ha sido considerado una ventaja del nuevo sistema, como consecuencia de la multiplexación del espectro radioeléctrico (desde el punto de vista de los consumidores), ahora se convierte en un temor para los canales locales. Especialmente pues significaría dividir en trozos más pequeños la exigua torta publicitaria que tienen dichas estaciones. Un 65 % de ellos está consciente de esa problemática y lo manifiesta claramente en el instrumento de investigación (Gráfico 18-j), como en las entrevistas no estructuradas en profundidad.

Un ejemplo de ello lo es Andrés Pons, representante de *Girovisual* quien no está muy optimista al respecto. “Ingresarán más señales al sistema, por lo tanto a mayor cantidad de señales mayor competencia. Eso al mismo tiempo será una mayor complicación de señales. En esta zona cabrán cuatro ó cinco señales más, si hoy con una ó dos es difícil conseguir publicidad con 4 ó 5 más será mucho más difícil”, sostiene.

Andrés Berríos, editor del *Canal 30* de San Javier también opina lo mismo, “creo que el mayor temor, como somos un canal que emite netamente por cable, es que la gente empiece a adquirir otros servicios de televisión cable operadores, de otras empresas que van a entregar la calidad HD y digital antes que nosotros”, expresa.

Quien no está muy de acuerdo con ello es Patricio Almendra, director de *televisión 8* en Concepción. Él no ve un gran problema en el aumento de la competencia, es más casi lo ve como una oportunidad para probar la sustentabilidad de los proyectos. “El hecho de que se habra el espectro significará que pueden haber más canales por comuna. Acá podrá haber canales en Penco, Chiguayante, en fin en todos lados, Pero tendrán sustentabilidad en el tiempo aquellos que hagan buena televisión. Así también, influirá el que las universidades formen con más interés pues tendrán más espacio para mostrar sus técnicas visuales. Mientras más

canales existan, más trabajo, más concursos, más competencias, pero finalmente se sustentarán los que tenga un proyecto de calidad”, concluye.

Basado en la sustentabilidad de esos proyectos, es que existe bastante confianza en los medios locales respecto al futuro. De hecho, frente a la pregunta de que perderían audiencia debido al exceso de competencia (Gráfico 18-L), los representantes de canales locales no responden mayoritariamente que sí frente a este temor, sino que se manifiestan indecisos para adoptar una u otra postura. Un 33 % cree que sí perderán audiencia, mientras que un idéntico porcentaje cree que no lo harán. El porcentaje más claro, un 34 %, no se manifiesta ni de acuerdo, ni en desacuerdo con esa postura.

Otro temor importante que surge, principalmente de los datos recolectados a través de las entrevistas, es la transparencia del concurso a la hora de abrir las concesiones para la televisión digital, ya que muchos temen quedar fuera de la banda de transmisión. Uno de ellos es Mariano Arana, propietario de *Vtelevisión* Yungay, quien sostiene que “al final va a ser un conflicto que se resolverá cuando se vote la Ley y que tiene que ver con que los canales nacionales dicen que han estado presentes por 50 años y por lo tanto tienen una concesión digital sin pasar por ningún tipo de concurso. En cambio, quienes hemos estado marginados del espectro radioeléctrico y hemos hecho televisión local a través del cable, tenemos que entrar desde cero. Pero hay muchos canales locales que ya llevan bastante tiempo en el aire y estamos pidiendo que se reconozca nuestra preexistencia y al momento de postular sea un puntaje más que nos garantice una concesión. Pues te aseguro que al momento de generarse el concurso van a haber varias personas interesadas en conseguir alguna señal”.

De ahí que para Mariano Arana la transparencia del proceso sea fundamental. “Es importante que los concursos por las concesiones sean

transparentes y se hagan por tipos de televisoras y no todas en el mismo saco. La ley es un poco compleja en ese sentido pues suma a algunos grupos que pueden ser operadores y televisoras a la vez”, reafirma.

Con respecto a las ventajas del nuevo sistema de televisión que pretende instaurarse en Chile a finales del 2017, un 60 % de los encuestados cree que la TDT le permitirá incorporar nuevos contenidos a su programación (Gráfico 18-D). Ello se logra gracias a la compresión de información que permiten los datos digitales. Esa será una de las ventajas de la TDT con respecto a la televisión analógica, ya que por el mismo ancho de banda al televidente se le podrá entregar mayor información, nuevos contenidos de video o audio, teledatos o incluso hasta cinco nuevos canales de televisión estándar.

Alguien que sabe muy bien la idea de incorporar nuevos contenidos es Gastón Muñoz, director del *Canal 39* de La Pintana, quien ve en la TDT una muy buena oportunidad, primero para legalizarse pues confía en que la apertura del radioespectro eléctrico le permitirá a las televisoras municipales acceder al sistema de televisión de manera legal, pero también para una oportunidad para incorporar nuevos contenidos. “Hay temáticas que si bien son nacionales, en el medio local son más golpeadoras, como es el embarazo adolescente que es un tema recurrente. A mí me ha tocado escuchar a alguien que te diga: sabe lo que pasa es que yo no tenía nada, entonces pensar en tener un hijo porque no tenía nada me parece dramático. Esos son temas que pensamos tocar más, darles espacio dentro de los contenidos, tenerlos más presentes”, sostiene Muñoz, quien agrega que “la televisión digital es fundamental para rescatar las distintas riquezas culturales que existen en las distintas regiones del país”.

Junto con la mayor oferta de contenidos, otra ventaja fundamental que traerá la TDT es la interactividad con el televidente. Hoy las televisoras locales sólo pueden saber las necesidades de sus públicos a través de un

sondeo de opinión, estudio o bien a través de un mail o de una llamada telefónica. Con la TDT se busca lograr la interactividad entre ambos, comunicación que se podrá dar en el futuro a través del control remoto y eso lo saben muy bien los canales locales, pues un 79 por ciento de ellos está de acuerdo con que el nuevo sistema le permitirá la búsqueda interactividad (Gráfico 18-E).

“Es una tremenda ventaja pues el emisor va a poder comunicarse directamente con su televidente y eso le permitirá ir midiendo si los contenidos que estás entregando le gustan o incluso el mismo televidente podría interactuar con el medio pidiendo algo específico. Es una tremenda ventaja en términos de operación, eso significará que tendremos que cambiar el switch a la hora de hacer televisión, pues esta ya no será en una sola dirección, pues la interactividad del televidente también intervendrá en la generación de contenidos. Aún cuando, hay que destacar que tendrá que pasar algún tiempo para ello, pues la interactividad es una de las ventajas que ha resultado más lenta de aplicar en aquellos países donde la TDT ya está en funcionamiento”, dice Mariano Arana, director de VTV Yungay.

Otra ventaja de la TDT, quizás la más conocida por el común de la gente, es la mejora técnica en imagen y audio. Un abrumador 95 % de los canales locales en Chile concuerda que el nuevo sistema de televisión mejorará la calidad de imagen (Gráfico 18-H) y un 79 % de ellos confía en la fiabilidad técnica de la TDT, manifestándose en contra de la afirmación del instrumento donde se decía que la TDT es poco fiable (Gráfico 18-K).

Andrés Pons, director del canal local *Girovisual*, sabe que la TDT mejorará la calidad técnica de la televisión en Chile, aún cuando eso signifique un costo extra. “Tendremos una televisión de mejor calidad. Chile no es un país horizontal, hay muchos cerros, la geografía es muy complicada. Hay muchas zonas de sombra que impiden un radio muy

grande de cobertura. La televisión digital ayudará a una mejor cobertura y la norma también permitirá una antena repetidora en la zona de servicio”, afirma Pons.

Para Alexis Berríos, editor general del *Canal 30* de San Javier, la inversión en un buen decodificador para recibir televisión digital se compensará con la calidad de imagen de la televisión recepcionada. “Para mí es bueno lo de la televisión digital, porque para un audiovisual la diferencia se nota. Es un agrado la mejora, el cambio y yo creo que a la gente le va a gustar. Le va a costar un poco por los precios, pero al final la calidad de la imagen va a compensar los precios y además después bajan y la gente se acostumbra “, afirma.

Por otro lado, Patricio Almendra director de *televisión 8* en Concepción está optimista frente al futuro técnico, “produciremos, veremos y tendremos una televisión de mejor calidad, tanto en sonido como en imagen. Tendrá mucha más gente la posibilidad de hacer televisión”, afirma.

La incorporación de nueva tecnología al mundo de la televisión local trae una serie de temores y ventajas, pero también acarrea una serie de desafíos importantes para las televisoras que quieren seguir formando parte del sistema televisivo. Desafíos que van más allá de simplemente lograr migrar el formato de producción y de transmisión desde el mundo analógico al digital. Son retos que involucrarán adoptar un nuevo punto de vista frente al hacer televisión en Chile. Cambios que van desde el modelo de negocios hasta la creación de nuevos contenidos, contenidos que deberán seguir centrados en la identidad local como eje creador, pues ese es el fuerte de audiencia que mantiene vivos a las televisoras locales en el escenario nacional e internacional.

Andrés Pons, director de *Girovisual*, lo tiene absolutamente claro.

“Hoy los canales locales tienen una potencialidad, el informar acerca de lo que pasa en su comuna, en su provincia, en su región, porque si Ud. vive en Punta Arenas jamás le pasan sus noticias locales sólo Santiago, incluso el clima. Por lo que creo que nuestros contenidos no debieran cambiar, pues es una de nuestras fortalezas principales, desde el nuevo consultorio al nuevo puente, por lo tanto los contenidos seguirán siendo los mismos”.

Luis Flores director de *Iquique televisión* también sabe que el único fuerte que tienen los canales locales para competir en audiencia con las televisoras de cobertura nacional es la identidad local. De ahí que sostenga que no hay que cambiar los contenidos, “al contrario, creo que tendremos que reforzar nuestros contenidos con más información local”.

“Si me hablas sólo de cambiar los contenidos, enfáticamente te digo que no, pues si yo cambio mi óptica de contenidos muero. Es decir lo que tengo que hacer es seguir programando contenido local y ojalá subirla con el tiempo. Definitivamente no puedo privilegiar otro tipo de contenidos, pues eso me llevaría a transformarme en un canal más del cable, pero con menos recursos. Los canales locales deben reforzar la identidad local”, dice Mariano Arana, director de *Vtelevisión Yungay*.

Algo similar declara Alexis Berríos, editor general del *Canal 30* de San Javier, quien concuerda que es necesario ganar audiencia, pero sin perder el eje local. “La idea es ir innovando con nuevos programas, con ayudas a la comuna, a las comunas que llegamos, tocando temas más interesantes para no perder a la audiencia, la idea es ganar más audiencia”.

Por su parte, Cecilia Rojas, directora de *Canal 5* de Linares, cree que el verdadero desafío pasa por aumentar la audiencia en un espectro con más competidores. “La idea es que si se quiere informar no vaya a otro canal, que se vaya al tiro al Cinco (Linares), ese es el desafío que la gente siempre tiene, que la gente te escuche, que todo el trabajo que nosotros

estamos realizando, lo estamos haciendo de una forma responsable. Tenemos tres periodistas y tres camarógrafos que siempre están en terreno y en el canal tres editores, entonces vemos que trabajamos, vemos un noticiero nacional y nosotros lo estamos haciendo tan bien como ellos, tal vez no con tantos recursos, no con la misma escenografía pero también estamos trabajando para que con los menos recursos hacer igual algo bonito”, sostiene.

Sin embargo, a juicio de Rojas la reciprocidad publicitaria que se esperaba no siempre llega. “Vemos que nosotros trabajamos tanto para entregar lo mejor y aún nos cuesta tanto que la gente crea en el canal regional, la gente como cliente, para que publicite, porque el cliente si necesita ayuda está el canal, si necesita ayuda, si necesita informar, si necesita denunciar está el canal, pero la empresa en general cuesta para que apoye publicitariamente”.

Manuel Palma, director de *Colchagua televisión* sostiene que es esencial no perder el eje programático, incorporando nuevos contenidos, pero todos centrados en la identidad local. “Creo que los contenidos se deben fortalecer. Hoy las televisoras locales se basan en que la gente quiere verse y eso no se logra en los canales nacionales. La televisión local sirve para sacar al aire locuras audiovisuales y proyectos nuevos, por lo tanto se debe respaldar”.

Pero el hecho de no cambiar el eje temático de los contenidos, no necesariamente involucra mantener la calidad actual de ellos, por el contrario la idea es mejorar la calidad de los contenidos actuales con la intención de generar mayor audiencia y atraer publicidad. “Por fuerza tendremos que ser un producto de mejor calidad, más atractivo para que la gente nos vea y así poder captar auspiciadores”, señala Patricio Almendra, director de *televisión 8* Concepción.

El otro gran desafío que tendrán que enfrentar los medios locales es el modelo de negocios. Lo que involucra transformar y profesionalizar muchos de sus servicios, desde la venta y elaboración de publicidad hasta la gestión de su propia estación de televisión. Este último punto es vital para la sobrevivencia del canal, pues sólo una buena administración de los recursos humanos y técnicos permitirá afrontar la fuerte inversión tecnológica que deberán hacer los medios locales para ingresar al radioespectro digital.

La idea es profesionalizar la televisión local. “Tener una televisión de alto nivel y sobre todo tener profesionales para trabajar en los medios. Pues no saco nada con tener un canal y programar música, eso no vale de nada. Se necesitarán periodistas, tramoyas, directores”, manifiesta Luis Flores, director de *Iquique televisión*.

Para Andrés Pons, director de *Girovisual*, el desafío es netamente económico y según él nada de fácil de lograr. “Los únicos beneficiados serán los que tienen capital y así difícilmente aún ingresen al sistema. De dónde sacarán el retorno, si la torta se repartirá entre los grandes y si ingresan mayores actores, menor trozo de torta para cada uno. Más aún, si hay más oferta los valores tenderán a la baja”, dice.

“El desafío tiene que ver con el formato en el que uno trabaja, si es televisión digital estándar no creo que tenga muchos problemas, pero hay algunos canales que están muy atrasados y que tendrán que cambiar toda su cadena de producción. Si transmito en VHS como lograré ingresar al nuevo sistema, por lo menos nosotros lo tenemos claro y sabemos que no hay que desesperarse con el HD, pues nosotros pudimos ver la transmisión en señal estándar y era realmente espectacular”, aclara Mariano Arana, director de *VTV Yungay*.

Los canales locales esperan no estar solos en esta aventura que

significará migrar del analógico al digital, muchos de ellos creen que es deber del gobierno primero que nada informar de buena manera y oportunamente respecto a cuáles serán las condiciones y contingencias de la TDT para los canales locales, situación que se manifiesta en el Gráfico 18-P donde un 95 % de los encuestados piensa que la información sobre los beneficios de la TDT es insuficiente.

Luego, el gobierno, según los canales locales en Chile, debe garantizar las condiciones económicas mínimas para poder acceder al nuevo sistema de transmisión, por ello no es de extrañar que la idea de un subsidio tecnológico adquiera mucha fuerza. Esto se refleja en los resultados del gráfico 18-LL donde un 95 % de los canales locales en Chile sostiene que el gobierno debiera subsidiar una inversión tecnológica de esta magnitud.

Al respecto, Andrés Pons, director de *Girovisual* manifiesta que “el gobierno debiera considerar alguna forma de que los canales locales tengan un acceso a la tecnología, pues si no lo hace no tiene ninguna lógica el sistema de negocio”. Aún cuando cree que un fondo de préstamo no es la solución, sino se necesita una acción diferente como un subsidio o derechamente una inversión gubernamental, “pues los canales pueden garantizar el crédito, pero al final las empresas no podrán pagar este equipamiento”, dice.

Mariano Arana, representante de *VTV Yungay*, sostiene algo similar. “Antes del discurso de los políticos de turno, el gobierno debiera demostrar y aterrizar esos discursos en realidad, especialmente a nivel de todas las entidades del estado, que de una u otra forma le permiten a los canales locales optar a créditos de largo plazo a través de Corfo o Sercotec y así poder consolidar la inversión a nivel de infraestructura, pero también a nivel de capital de trabajo. Pues una de las formas de poder proyectarse es contratar más profesionales y poder profesionalizar las actividades de los

canales locales, que es una de las debilidades. Pero para eso hay que tener dinero, pues por ejemplo si quiero contar con un periodista tengo que contar con 400 ó 450 mil pesos mensuales para partir. Ahí el Estado está pecando, pues hay muchas herramientas, pero como no estamos legalizados ni definidos como rubro, finalmente no tenemos acceso a esas fuentes de financiamiento”.

En el mismo sentido, Gastón Muñoz director del *Canal 39* de La Pintana, también cree en una subvención televisiva. “Yo quiero que las televisoras locales y regionales se desarrollen y quiero tener una televisión pública de tales características y entonces si tengo que pasarle plata al canal público le pasaré, para que no tenga que hacer la misma teleserie que el otro y competir con eso, para que no esté peleando por los auspicios, para tener los números en azul como se dice”, afirma Muñoz.

“Creo que un subsidio a los empleados y a la tecnología sería ideal, ojalá que pudiera ser un complemento entre el gobierno y la comunidad”, es la fórmula planteada por Manuel Palma, director de *Colchagua Televisión*. Quien manifiesta su desconfianza frente al actual sistema de concursos y fondos por programa. “Hoy te dicen que postule a un proyecto, postulas, llenas muchas páginas y finalmente nada”.

CAPÍTULO 6

Conclusiones: La Televisión Digital Local en Chile, una tarea inmediata.

CAPÍTULO 6 CONCLUSIONES

LA TELEVISIÓN DIGITAL LOCAL EN CHILE, UNA TAREA INMEDIATA

Tras tres años conociendo la realidad de la televisión local, tanto a nivel internacional como nacional, es imposible abstraerse a los diferentes hitos sociales, políticos, económicos y tecnológicos que han influido en el desarrollo de este tipo de emisoras. De ahí que sea necesario iniciar las inferencias finales con la exposición de una mirada global de la televisión local, para después en una suerte de comparación entre la TDT española y chilena lograr extraer antecedentes que serán de utilidad a la hora de entender la evolución de la televisión local en Chile, como también para analizar en forma profunda los desafíos que tendrán este tipo de televisoras en su migración a TDT.

Independientemente de las características de la industria, protagonistas o estrategias de negocio utilizadas, la expansión de la televisión local a nivel mundial responde a factores que tienden a repetirse en una u otra nación, aún cuando se trate de países muy distintos entre sí. Existen antecedentes políticos como la división político administrativa de los Estados; la influencia de los partidos políticos en la televisión de proximidad y el predominio de la iniciativa pública en televisión que determinan el nacimiento y evolución de las emisoras locales.

A ello se suman elementos culturales como la voz de las minorías organizadas en torno a una lengua y arraigo cultural, enmarcado por condiciones geográficas particulares. O también los bajos costes de la tecnología, en comparación con la era analógica de los años 70 y 80, que actualmente permiten que cualquier comunidad organizada pueda optar a crear contenidos audiovisuales que contribuyan a su propia identidad y existencia colectiva.

Por otro lado, la súper abundancia de información y contenidos

televisivos ha potenciado el hecho que el televidente se refugie en lo que le parece más propio e íntimo, dando origen a lo que se ha denominado la era de la comunicación “Glocal”. Período identitario donde el territorio y el espacio de difusión son desplazados por referentes socioculturales que deben estar plasmados en los contenidos audiovisuales. Ello explicaría el interés de grandes cadenas por hacerse parte de la televisión local, en una expansión mediática que no siempre responde a los intereses de la televisión de proximidad, pues muchas de estas estaciones son sólo televisiones propiedad de grandes cadenas, que ocupan dichas concesiones para repetir sus contenidos generalistas.

Lo verdaderamente esencial es que todos estos elementos son determinantes en el nacimiento de una necesidad televisiva local que busca manifestarse como el reflejo de la propia identidad de los pueblos. Esto explica que en Europa, los primeros atisbos de televisión local estén bajo el alero de las necesidades de descentralización televisiva que caracterizan a la industria durante los años 50 y 60, cuando se instalan centros de televisión en las principales cabezas de provincias, que actúan como corresponsales informativos y técnicos de la televisora nacional, pero con muy poca participación en la elaboración de contenidos.

Será esta apertura la que paradójicamente aumenta el apetito informativo de los usuarios, posibilitando nuevos mercados regionales y nuevos protagonistas en el espectro. La década del 80 y primeros años de los 90 serán claves para el desarrollo de la televisión local, pues mientras los grandes canales no se interesan en las pequeñas audiencias, los canales locales ganan fidelidad en las comunidades que emiten.

En Latinoamérica, en tanto, se destaca una televisión local que nace más como una expresión local que como un gran negocio. De hecho, en los casos de Argentina, Chile y Brasil muchas de las televisoras locales aparecen como acciones que buscan reflejar la identidad y cultura de las

comunidades en donde están situadas, contrarrestando la programación centralista de las televisoras de cobertura nacional, algunas veces al margen de la legalidad y otras aprovechando la ausencia de una normativa que prohíbe su aparición. Es ese mismo centralismo el que paradójicamente ayuda a subsistir a la televisión local, la necesidad de verse reflejado en los contenidos, sumado a los altos costes de la publicidad de cobertura nacional, ayudan a crear mercados regionales y locales que fomentan el desarrollo de una televisión de proximidad.

Se extraña que a más de 30 años de presencia televisiva local, no existan asociaciones y corporaciones internacionales donde se compartan experiencias de empresa que contribuyan al desarrollo de la televisión local, fiel transmisor de la identidad del ciudadano. Más aún, cuando se percibe un consenso a nivel gubernamental en torno a la importancia de este tipo de emisoras para la cultura e identidad de una comunidad. Así también, el que los agentes políticos encargados de elaborar el marco legal donde funcionará este tipo de televisoras conozcan otras realidades e industrias televisivas e importen a sus propios sistemas de televisión, aquellas experiencias de mercado, que de una u otra manera han determinado el desarrollo de la televisión local en el mundo.

Es necesario velar para que la televisión local no pierda la proximidad que la mueve y alimenta, pues para nadie es un misterio que las cadenas televisivas y grandes grupos económicos en su fin de llegar a nuevas audiencias y mercados se están apoderando de frecuencias locales para verter sus contenidos generalistas, en lo que expertos e investigadores ha denominado televisoras “ventana”, es decir una televisora de cobertura local, pero con muy poco contenido local. En este fin se hace urgente que la propia comunidad observe atenta el desarrollo de la industria televisiva y se haga parte de él, con la intención de denunciar posibles clientelismos en la asignación de frecuencias de televisión local por parte del gobierno de turno y que finalmente atentan no sólo contra la pluralidad informativa, sino

también contra la credibilidad de este tipo de televisoras.

Esfuerzos que son cada vez más urgentes si se toma en cuenta que la televisión digital terrestre, que es una realidad en muchos países del planeta, nace con la finalidad de convertirse en una poderosa herramienta al servicio de televisoras, contenidos y televidentes y no en una tecnología que frena el desarrollo de la televisión local y atenta contra la aparición de nuevos protagonistas en la industria.

TDT Chile-España, realidades distintas, experiencias comunes

Si bien no estaba dentro de los objetivos planteados en un comienzo por esta investigación, una vez expuestos los antecedentes internacionales respecto al desarrollo de la televisión digital se ha estimado conveniente realizar una comparación entre la situación de la TDT en Chile y la situación de la TDT en España. Esto con el objetivo de entender mejor la realidad chilena a través de la experiencia española, lo que también será complementado con el análisis de otras experiencias de TDT internacionales expuestas en el Capítulo 3 y que ayudarán a entender y conocer desde un prisma global, aspectos relevantes del desarrollo de la televisión digital en Chile. Para ese fin se expone una tabla comparativa, donde se consideran algunas características básicas que serán explicadas a continuación:

Tabla comparativa TDT Chile-España

	CHILE	ESPAÑA
Norma de transmisión elegida	ISDB-T	DVB
Fecha de apagón analógico	2017	30 de marzo del 2010
Principal normativa legal atinente al desarrollo de la TDT.	<ul style="list-style-type: none"> - Decreto Número 38 del 01 de marzo del 2000 que congela el espectro UHF para resguardar la entrada de la TDT. - Proyecto de Ley que permite la introducción de la TDT en Chile, ingresado por la Presidenta Michelle Bachelet a la Cámara de Diputados el 24 de octubre del 2008 y actualmente en trámite. - Decreto Número 136 establece que la norma técnica de transmisión de TDT será ISDB-T. Publicado como Ley el 14 de septiembre del 2009. - Resolución exenta Nº 7.219 establece especificaciones técnicas mínimas que deberán cumplir los receptores de televisión digital terrestre. 	<ul style="list-style-type: none"> - Real Decreto 439/2004, de 12 de marzo, por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Local. - La Ley 10/2005 del 14 de junio, de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre, de la Liberalización de la Televisión por Cable y del Fomento del Pluralismo. - Real Decreto 944/2005, de 29 de julio, por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrestre. - La ley 56/2007 de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información que garantiza a las televisiones de proximidad que emitiesen antes de la LTLOT (Ley de televisión local terrestre de 1995) la oportunidad de seguir emitiendo si existe espacio en el espectro. - Plan nacional de transición a la televisión digital terrestre, según acuerdo de ministros publicado en junio del 2007. - 18 de junio de 2009 se acordaron las especificaciones técnicas de los receptores de la Televisión Digital Terrestre de Acceso Condicional y de la Televisión Digital Terrestre de Alta Definición. - Ley 7/2010, Ley General de la Comunicación Audiovisual publicada el 31 de marzo del 2010. Regula la comunicación audiovisual de cobertura estatal y establece las normativas básicas en materia audiovisual sin perjuicio de las competencias reservadas a las comunidades autónomas y a los Entes locales en sus respectivos ámbitos. -Real Decreto 691/2010 por el que se regula la televisión digital terrestre en alta definición.
Tipología de canales involucrados en el cambio analógico-digital.	<ul style="list-style-type: none"> - Nacionales - Regionales - Locales 	<ul style="list-style-type: none"> - Nacionales - Autonómicos - Insulares - Locales - Tercer sector
Período de Simulcasting	Ocho años (2009-2017)	Cinco años (2005-2010)

Análisis de la tabla

El primer antecedente es la norma de transmisión elegida por cada país, algo no menor cuando de televisión digital terrestre se trata. Su elección determina muchas veces la proyección que se le quiere dar a la televisión digital en la nación específica. En el caso español la norma elegida fue la Digital Video Broadcasting, DVB-T. Norma técnica escogida por la mayoría de las naciones que forman parte de la comunidad europea y que dentro de sus características principales destaca la capacidad de compresión; la factibilidad para televisión móvil y la oportunidad de servicios interactivos. Esta norma se hereda de su antepasado analógico Phase Alternating Line, PAL, aún cuando esta última cuestión en nada determina la norma digital a elegir, pues la naturaleza de una señal analógica es eléctrica y la de una señal digital es informática, por lo que estamos hablando de dos cosas distintas, pero que es conveniente señalar para entender mejor la difícil decisión de Chile al adoptar la norma japonesa ISDB-T, aún cuando tenía como antepasado analógico la norma norteamericana NTSC, lo que hacía pensar que eligiera ATSC como su norma digital, cuestión que finalmente no ocurrió.

Porqué entonces Chile elige una norma de origen diferente a la que venía utilizando por décadas. La respuesta está en dos aspectos fundamentales. El primero de ellos son las características técnicas de la norma japonesa, especialmente su cobertura de recepción en territorios de compleja geografía como el chileno y la capacidad de portabilidad a través de la televisión digital móvil. Dos aspectos que el gobierno de Michelle Bachelet y un grupo de consultores expertos, que incluyó a universidades y consultores de ingeniería, consideraron como elementales para la futura televisión digital terrestre que funcionaría en Chile. El otro aspecto es eminentemente económico, la economía por volumen a la hora de acceder

a equipamiento y tecnología abarata mucho los costos y Brasil, cuyo mercado potencial de ventas supera los 198 millones de habitantes, ya había tomado la decisión de trabajar con la norma japonesa. Luego se sumarían Perú, Argentina, Ecuador, Venezuela, Costa Rica, Paraguay, Bolivia y Nicaragua, los que en conjunto hacen un mercado zonal latino estimado que supera los 354 millones de habitantes⁷⁹. Un aspecto de mercado que permite negociar en bloque condiciones especiales para la zona, en una eventual estrategia de negocio con los fabricantes de aparatos receptores y decodificadores de señal ISDB-T.

Otro elemento importante es el “apagón analógico” o fecha en que las emisiones analógicas de televisión cesarán en la nación y serán reemplazadas por emisiones digitales. Es decir todos aquellos usuarios que a dicha fecha no hayan adquirido un decodificador o bien un receptor digital no podrán recepcionar la señal de televisión hertziana o aérea. En el caso español esto se dio el pasado 30 de marzo del 2010, dos días antes de la fecha prevista en la calendarización de TDT impuesta por el gobierno español y ratificado por el plan técnico de TDT aprobado el 2005.

En Chile, en tanto, la situación es diferente. El apagón analógico si bien no tiene una fecha específica oficial se ha estimado para el 2017, ello pues en septiembre del 2009 recién se aprobó la norma técnica a elegir. Eso convertirá a Chile en uno de los últimos países latinoamericanos en apagar su señal analógica de televisión, principalmente debido al atraso en decidir qué norma técnica sería la adecuada. Al atraso se suma la nula calendarización en torno al desarrollo y aplicación de la TDT. De hecho, al momento de publicar esta investigación, octubre del 2010, no existe ningún tipo de plan técnico de cobertura aprobado o en trámite de ser aprobado en el país. A diferencia de España que, a través de algunas plataformas virtuales como www.televisiondigital.es o www.impulsatdt.es se monitoreó las fechas previstas en cada etapa de

⁷⁹ Fuente: CIA World Factbook 2010.

desarrollo, lo que ayudó a lograr el apagón analógico con éxito.

Una de las diferencias fundamentales entre ambos países está en la normativa legal. Las primeras decisiones y normas legales que surgen para regular el futuro de la televisión digital en España a mediados del 2000 estuvieron influenciadas por estrategias político-partidistas, más que por decisiones acordes a criterios tecnológicos y de desarrollo como se hubiere esperado. Esto provocó que muchas de las normativas publicadas, luego fueran rectificadas por el gobierno de turno, lo que implicó un comienzo dubitativo en la implementación y comunicación del proyecto televisión digital terrestre en España.

El Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Terrestre del 29 de julio del 2005 vino a corregir situaciones anteriores y por sobre todo programó y calendarios ciertos hitos específicos para culminar con éxito el apagón analógico en la nación europea. Uno de los aspectos más criticados en lo que respecta a normativa legal de TDT en España, es el hecho que las televisoras locales hayan sido las primeras a las que se les exigió el cambio de analógico a digital a través del Plan Técnico Nacional de Televisión Local Digital que data de marzo del 2004, especialmente pues son las televisoras con menos recursos como para enfrentar una transformación tecnológica a corto plazo.

Por otro lado, las concesiones de televisión digital local siguen hoy generando gran polémica, especialmente en las Comunidades Autónomas que tienen el poder como para designar o desechar frecuencias regionales y locales según sean sus intereses, lo que ha provocado que algunas frecuencias caigan en manos de grupos económicos con muy poca experiencia en televisión local, pero muy cercanos al gobierno de la Comunidad Autónoma, como fue el conocido caso de las concesiones en Madrid, donde además de exigir garantías millonarias a los interesados, se dejó de lado a televisoras que por décadas realizaban televisión local, como

es el caso de *TV Vallekas*.

El caso chileno es muy diferente en lo que respecta a marco legal. En Chile las televisoras locales no sólo no fueron consideradas para la transformación tecnológica, sino que simplemente congelaron su desarrollo con el Decreto Número 38 del 01 de marzo del 2000, una normativa que prohibió la asignación de frecuencias en la banda UHF para canales analógicos, banda tradicionalmente utilizada por la televisión local y regional en Chile, pues será utilizada para la transmisión de TDT en una migración masiva de todas las señales de televisión que actualmente emiten por VHF. El que no fueran consideradas si bien no tiene justificación, encontraría una explicación en que las televisoras locales se encuentran en un modo de ilegalidad, lo que implica que no están ni dentro ni fuera de la Ley, simplemente no existe ninguna Ley que las regule.

Si bien, en septiembre del 2009 se eligió la norma ISDB-T como la norma de transmisión de televisión digital en Chile, no existe ningún tipo de Ley promulgada que planifique el desarrollo e implementación de la TDT en el país, ni menos de la televisión local en particular. Al contrario de lo que ocurre en España, donde existió un plan técnico que una vez aprobado por el Consejo de Ministros estableció fechas y acciones concretas, en Chile sólo se escogió la norma técnica, estableciendo un período de simulcast estimado en ocho años y que será encabezado por Televisión Nacional de Chile y las emisoras de cobertura nacional más importante, como Canal 13 y Chilevisión, que ya han comenzado su marcha blanca en lo que a transmisión de TDT se refiere. La situación se agrava más todavía, cuando se considera que hace ya dos años, desde octubre del 2008, descansa en el Congreso el proyecto de introducción de la TDT en Chile impulsado por el Gobierno de Michelle Bachelet y que además de todo lo relacionado a la TDT, adjunta importantes modificaciones y beneficios para la televisión local.

Desafíos y temores de la televisión local ante el reto de la TDT

La primera reflexión general que surge en torno a la realidad y evolución de la televisión local en Chile es la falta de consideración y abandono del Estado frente a la importante labor que desarrollan las televisoras locales y especialmente en aquellos lugares más aislados del país. Son estos medios los que además de informar, muchas veces lideran la defensa de la identidad y cultura de toda una localidad. Labor que no solo no es recompensada por el Estado, sino por el contrario es sometida a uno y otro obstáculo técnico-burocrático para su funcionamiento.

Abandono estatal que es evidente en algunos ámbitos específicos, como por ejemplo la carencia de un catastro gubernamental que especifique oficialmente cuántos medios de este tipo existen en nuestro país y cuál es su situación. Este estudio aún cuando no era su finalidad última, desnudó la falta de una estadística seria respecto al tema. Los datos entregados por el Consejo Nacional de Televisión datan del 2004 y están absolutamente obsoletos. De los cerca de 113 canales que registra dicho estudio, la presente investigación pudo constatar que no más de 70 se encuentran en funcionamiento y muchos de ellos no responden a la verdadera naturaleza de una televisora local. No sólo por su escasa programación, sino simplemente porque existen algunas televisoras que no han logrado salvar el coste de tener un equipo de producción local con todo lo que eso involucra, convirtiéndose en meras repetidoras de cartones publicitarios musicales, abandonando cualquier acción que busque crear contenido local.

La desconsideración para con la industria de la televisión local también se ha notado en la falta de una voluntad política por legislar en torno al medio. La totalidad de las leyes existentes y vigentes hasta la publicación de este estudio no atañen a la televisión local, sólo a la

televisión de cobertura nacional y en contadas ocasiones a la televisión regional. Ha pasado más de medio siglo de industria televisiva en Chile y sólo en octubre del 2008 surgió la iniciativa de legislar con el actual proyecto de Ley presentado por la administración de Michelle Bachelet y que aún está en discusión el Congreso. De ser promulgado, sin sufrir transformaciones de su presentación original, dicho proyecto vendría a legitimar a todas las televisoras locales y comunitarias que existen en el país.

Por otro lado, también con los datos obtenidos de esta investigación se pueden obtener conclusiones importantes en torno a la actual realidad de la televisión local chilena. Así por ejemplo, podemos decir que apenas un 15 % de las televisoras locales en Chile son iniciativas públicas, mientras que un 75 % son de particulares que han comenzado en su gran mayoría desde cero, con grabaciones caseras, entiéndase matrimonios y otros eventos, hechas en pequeñas localidades con cámaras de bajo coste. De ahí que se entienda que muchos de los canales tienen una base amateur que se caracteriza más por el empeño personal que por la profesionalización del personal. Sin embargo, en aquellos casos donde los emprendedores se han capacitado y profesionalizado en el área, las diferencias son notables respecto a las emisoras que no lo han hecho. Sólo vale ver la capacidad informativa de *Girovisual* en la Región de Valparaíso o de *Iquique TV* en la Región de Tarapacá.

Una gran parte de los canales locales transmiten a través del cable, de hecho un 75 % de las televisoras lo hace a través de este vínculo sea en forma exclusiva, un 45 % o bien en forma paralela con la televisión aérea, el otro 30 %. Sólo un pequeño 15 % lo hace exclusivamente por vía hertziana.

El que la mayoría de los canales transmita por cable se explica por varios motivos: El primero es que según normativa legal vigente, Decreto

Número 38 de octubre del año 2000, quedaron congeladas todas las concesiones UHF, banda tradicionalmente utilizada por las televisoras locales analógicas para transmitir a su comunidad. Esto significa que, según la Ley vigente, las televisoras locales que surgieron después de octubre de ese año quedan impedidas de transmitir por vía hertziana y su única alternativa legal es el cable. Muy relacionado con lo anterior, es la información consignada en el Gráfico 5 donde 11 de 20 canales encuestados surgen después del año 2000, lo que también influye en que el cable sea el principal vínculo de transmisión de la señal.

Pese a la restricción legal existen varias televisoras locales surgidas en forma posterior a esa fecha que actualmente están transmitiendo en Chile de manera ilegal y que se suman al emblemático *Canal 39* de La Pintana, como *San Bernardo TV* (propiedad del Obispado de San Bernardo) o canales comunitarios como el *Canal 3* de La Victoria, que incluso ha ganado fondos del gobierno para seguir transmitiendo en su comunidad. “El año 2000 el presidente Ricardo Lagos sacó un decreto de ley que congeló la banda UHF entonces desde el 2000 no hay asignación de frecuencia, entonces que es lo que ocurre, la parte de los municipios que tiene legalmente autorizaciones son de antes del 2000 y nosotros salimos después por eso decimos que somos alegales no ilegales. Se supone que después todos los canales van a emigrar a esta banda, entonces cuando ellos hagan la migración nosotros vamos a salir de ahí y postularemos a alguna señal digital de acuerdo a las normas que imponga la Ley”, señala Gastón Muñoz, director del *Canal 39* de La Pintana.

Un hecho importante que lleva a que los canales locales prefieran el cable para transmitir su señal, son las difíciles condiciones geográficas que posee Chile y que se traducen en dificultades técnicas que impiden recibir todas las señales de televisión abierta o hertziana, que actualmente operan

en Chile a nivel nacional. Lo que trae como consecuencia que muchos hogares rurales o de la costa se abonen al cable operador local con la finalidad de recibir todos los canales nacionales, más una parrilla programática que incluye la oferta de los canales locales que funciona en su localidad. Esto, junto a otros factores de contenido y calidad de la televisión abierta en Chile que arrancan al análisis de este estudio, explican el auge y penetración del cable en el país. De hecho, según datos entregados por la Universidad Diego Portales en el 2003 la televisión por cable llegaba a una tasa de penetración de un 17 % a nivel nacional con más de 704.000 abonados ⁸⁰, cinco mil abonados más que en 1999.

Otro factor que explica el que las estaciones locales prefieran el cable para transmitir su señal es el factor económico, pues para la estación local de televisión es mucho más barato transmitir por cable que por televisión aérea, pues no hacen ningún tipo de inversión en antenas ni transmisores y garantizan que su señal llegue con buena calidad a un público potencial. Aún cuando con ello sólo puedan estar llegando a un número limitado de personas y a la vez luchando para que los vean, ya no con cinco ó seis señales de televisión abierta, sino con 99 a 120 canales de contenido diverso.

El cable y su llegada a Chile en 1988 con el operador Intercom significaron un impulso tremendo a la creación de canales locales, la mínima inversión y las escasas restricciones de la línea editorial, permitieron la proyección de los canales locales. A nivel general dentro de los requisitos que colocan los cable operadores destacan tener calidad de imagen y audio; un programa de noticias de emisión diaria; sacar al aire un porcentaje de programación propia y estar transmitiendo las 24 horas, esta última exigencia que pareciera ser difícil de cumplir, se supera gracias a la repetición de programación.

⁸⁰ Estudio de la Universidad Diego Portales. "El desarrollo de la televisión de pago en Chile principales indicadores de su industria". Enrique Vergara, septiembre del 2003.

Con respecto a la cobertura un mayoritario 70 % de los canales locales supera el límite de su comuna de origen, esto se entiende por la dualidad de vínculos de transmisión. Pues quizás a través del operador de cable logran llegar a una zona bastante precisa de una comuna, pero a través de la antena la cobertura supera el límite político-geográfico del lugar.

Por otro lado, en cuanto a la operación de una televisora local en Chile se puede concluir a la luz de los resultados que una gran parte de los canales locales también operan como productora de televisión con el fin de crear nuevos ingresos, eso les permite ser corresponsales de programas de televisión o cadenas más grandes y abaratar costos en sus propios procedimientos para llegar a la noticia. Es el caso, por ejemplo, de algunos entrevistados como *TV 8*, *Girovisual* o *IquiqueTV*.

Así también, un 49 % de los canales locales no gastan más allá de cinco millones de pesos en sus operaciones mensuales. Una inversión mínima si se considera el personal, el equipamiento técnico, el estudio de televisión, además de los gastos básicos. Sin embargo, sí se preocupan por tener una mínima base de personal capacitado, de hecho un 85 % de los canales locales en Chile cuentan con al menos un periodista dentro de su planta. Aún cuando la alternativa mayoritaria de este tipo de televisoras es tener al personal a honorarios.

Con respecto al formato, un 100 % de los canales locales ya graba en digital. Las cintas analógicas como el VHS; S-VHS y Betacam ya han sido relegadas al olvido. La migración de la televisión local al formato digital tiene que ver principalmente con la relación precio-calidad del DV. Es un formato relativamente económico, sus cintas se encuentran en librerías de pequeñas ciudades y son bastante robustas y estables ante la adversidad climática del país. Además destaca la compatibilidad entre el formato

MiniDV y el DVCAM, que permite al usuario que posee una cámara DVCAM escoger si quiere grabar en DVCAM o en Mini DV, lo que habilita al canal para dar a escoger al cliente que quiere realizar un spot o anuncio, dos valores de producción distintos con una misma cámara .

Algo parecido ocurre con la transmisión, si bien en Chile no existen televisoras locales que transmitan en digital a través de antena o por vía hertziana, pues dichas emisiones a esta fecha serían imposibles de recepcionar por los usuarios, el master final del programa de televisión es digital. De hecho, una gran mayoría de los canales encuestados manifiestan que transmiten comprimiendo su señal hacia el cable operador, quien la descomprime y la lanza al sistema. De ahí que algunos de los canales agreguen en sus respuestas que trabajan con Play Box, Air Box. HD, VTR Digital, TX Digital. Todos ellos conceptos relacionados al cable digital. Un formato de transmisión que algún cable operador ya está desarrollando en Chile por medio de decodificadores especiales instalados en los hogares.

La tecnología digital usada por los canales locales en Chile se presenta mayormente en cámaras, editoras y VTR (Video Tape Recorder) (Gráfico 12). En relación a las editoras digitales el formato más elegido por los encuestados es el PC, en contraste con el Macintosh (Mac), pues este último a pesar de ser más estable en su plataforma, involucra una inversión mayor y una escasa posibilidad de actualización del aparato. En contraste el PC permite intercambio de piezas y actualización del equipo a un menor costo.

Esto se entiende en la medida que gran parte de los canales locales surgieron después de 1996, año en el que la tecnología digital ya estaba presente en el mercado chileno. De ahí que se han preocupado de invertir pensando en una cadena de producción audiovisual. Es decir si invierten en una cámara digital, se entiende que también lo harán en un VTR y luego

en un computador que les permitirá editar dicha cinta. De ahí que un 90 % de los canales encuestados edite sus contenidos en digital y no en analógico tal y como lo demuestra el Gráfico N° 13 de la encuesta.

En torno a la primera pregunta de investigación que tiene relación con el conocer ***cuáles son los desafíos que tienen los canales locales en Chile ante la llegada de la TDT***. Si bien un gran porcentaje de los canales, más de un 70 %, está consciente de que la Televisión Digital le traerá beneficios no están seguros de qué manera esos beneficios se harán realidad. Esta incertidumbre ocurre pues su modelo de negocio ha sido el mismo desde hace ya dos décadas, el vender la publicidad traducida en un spot a las grandes empresas ubicadas en la localidad puede ser un aporte importante, pero no el fundamental para la subsistencia de una televisora. Se hace necesario entonces cambiar la estrategia comercial de la televisión local y ese es sin duda uno de los primeros desafíos.

Para lograr cambiar el modelo de negocios, no sólo se necesita cambiar la forma de vender el producto o conquistar al cliente, sino definitivamente en saber aprovechar las cualidades del nuevo sistema de transmisión televisiva que va a imperar. En ello es clave comprender una de las ventajas de la TDT, que es la multiplexación. Ella permitirá colocar más canales por ancho de banda, lo que será vital para el nuevo modelo de negocios. Pues si actualmente la gran mayoría de los canales locales que existen en Chile transmiten a través del cable, en un futuro lo harán a través de la vía hertziana, satélite o Internet, o todas las anteriores en forma simultánea. Algo similar a lo que actualmente se exige en Estados Unidos con su "*Must Carry*", decreto que obliga a los operadores de cable y satélite a llevar la señal analógica de las estaciones locales, para luego transformarlas en digitales si fuese necesario. Dicha situación aumentará en varios miles el público potencial de la estación y por ende abaratará el costo de contacto, pudiendo atraer más publicidad de agencia.

Sin embargo, el futuro modelo de negocios también implica la asociatividad, cualidad que actualmente no es muy compartida por las estaciones locales. De hecho un 60 % de los canales locales en Chile no pertenece a ningún tipo de alianza o asociación. Esto es negativo pues a través de una buena organización pudiesen abaratare bastante los costes de producción, especialmente aquellos relacionados con la adquisición de tecnología necesaria para ingresar a la TDT como puede ser una compra masiva de cámaras o bien el arriendo en conjunto de un aparato transmisor con multiplex común para un número determinado de canales locales que comparten un espectro.

Incluso la asociatividad permitiría acceder fácilmente a fondos de desarrollo sean nacionales o internacionales y de eso sabe mucho la Asociación Regional de Televisión Local de la Región del Bío-Bío, Aretel Bío-Bío, que en poco tiempo de funcionamiento logró convocar dineros europeos para capacitación y perfeccionamiento. Pero el asociarse, como parte de un nuevo modelo de negocios, también puede ser una gran ventaja publicitaria si se toma en cuenta que existen pequeñas audiencias que sumadas se convertirán en un interesante nicho publicitario para agencias interesadas en colocar productos en públicos más específicos, como pueden ser los rurales. Y es muy distinto que un solo canal negocie con una agencia, que diez canales de una misma región que responden a características de público similares planteen un nicho publicitario común.

Es entonces la conversión un desafío importante para enfrentar la TDT, dicha reinversión pasa por profesionalizar la televisión local desde la forma en cómo se enfrenta el negocio, hasta el producto que se ofrece.

La renovación de infraestructura es otro desafío importante, entendiendo por infraestructura no sólo el área técnica como cámaras y editoras, sino también el equipo humano que conforma el canal. Será importante entonces la figura del productor ejecutivo que hace el contacto

con el cliente, dejando atrás esa figura unipersonal de la televisión local, donde el que negocia los dineros del spot es también el que va a grabar o el que lee las noticias. Se hace urgente entonces la profesionalización de la televisión local, preocupándose de los contenidos, pero también de quiénes los realizan.

En esta transformación del modelo es clave la participación activa del gobierno, ya sea obligando mediante algún decreto a operadores de cable, satélite o Televisión IP a transmitir los canales locales que estén en el espectro donde se otorga la concesión. O bien creando una plataforma de desarrollo para la televisión local, ya sea a través de fondos concursables anuales exclusivos para este tipo de televisoras o con la incorporación de canales locales en el plan de medios de las campañas publicitarias gubernamentales que, año a año, se realizan privilegiando a los canales de cobertura nacional.

En esta plataforma de desarrollo futuro, también es urgente observar experiencias internacionales en TDT rescatando, por ejemplo, aquellos aspectos positivos del caso norteamericano. Modelo que ha visto en el desarrollo de la TDT una importante protección para la TV local y cultural, frente a una altísima tasa de penetración de los vínculos cable y satélite. Pero también, evitando decisiones que pueden ser perjudiciales para Chile, como la benevolencia del modelo canadiense, que ha dejado a arbitrio del mercado la conversión digital. O bien, por ejemplo, la “aregulación” del sistema español donde por años existieron cientos de televisoras locales, pero muy pocas que realmente emitían contenido local, convirtiéndose en las llamadas televisoras ventanas o sub sedes de televisoras nacionales que vaciaban su publicidad en nichos más específicos.

Respecto a la segunda pregunta de investigación que busca responder a ***cuáles son los cambios en contenidos y en producción que deberán enfrentar los canales locales en Chile ante la llegada de***

la TDT. Analizando los resultados se puede concluir que los contenidos locales constituyen la columna vertebral de todas las emisoras que forman parte de esta investigación, por tanto el incluir contenidos que no respondan a esta naturaleza, como pueden ser contenidos de tipo generalista, sería contradictorio con la forma en cómo se originan las propias estaciones locales de televisión. Es decir, la llegada de la Televisión Digital Terrestre a Chile más que convertirse en un factor que determina cambiar los contenidos de los canales locales, será un motor que permitirá reforzar y mejorar los contenidos locales ya existentes, incorporando nuevos contenidos locales que vayan en la misma línea de alimentar la parrilla programática de las estaciones y en ello están de acuerdo más de un 60 % de los encuestados.

El defender la identidad local y desarrollar la cultura de una localidad son líneas editoriales que deben estar presentes en las televisiones locales que transmitirán digitalmente en un futuro, pues son estas características las que le dan la audiencia a dichas estaciones. Un canal local no puede competir en calidad técnica con una emisora nacional, ni menos en producción de televisión, pues son realidades y presupuestos muy diferentes.

Como se manifestó en el marco teórico, la necesidad de una referencia social y geográfica es muy necesaria en las personas, especialmente en un mundo cada vez más globalizado y con una oferta televisiva enorme. La necesidad de verse reflejado e interpretado en un reportaje que atañe a una localidad específica es algo que no sólo puede, sino debe hacer una estación de televisión local. De hecho, la TDT permitirá potenciar la comunicación entre los televidentes y la emisora a través de otra de las ventajas de la TDT, como es la interactividad. Será este el camino para que la emisora interprete de mejor manera las necesidades de sus públicos y los logre satisfacer a través de su programación.

La TDT, entonces, más que cambiar los contenidos profundizará la línea editorial local de las emisoras. La plataforma digital logrará que los televidentes estén al tanto de lo que ocurre en su barrio o localidad casi en tiempo real a través, por ejemplo, del teletexto. Incluso en un futuro, la TDT permitirá el que existan estaciones locales para la mujer, para los niños o solamente destinadas a la educación en conjunto con los colegios y liceos de la localidad.

Sin embargo, esta profundización de los contenidos que pueden derivar en nuevos contenidos locales requiere de un cambio drástico en la producción por parte de las emisoras. Dicha transformación debe abarcar desde la profesionalización de la producción, hasta la incorporación en segmentos y programas del ciudadano que forma parte de la localidad donde se emite. Esa es la forma de enfrentar presupuestos que de otra manera serían imposibles de costear por un canal local.

Para esto último se necesitan profesionales de distinta índole que guíen y dirijan a los ciudadanos comunes en su participación audiovisual. Como pudiera ser la elaboración y conducción de un programa de televisión, ya sea como entrevistado, conductor o panelista. Un ejemplo a seguir es lo que hace el *Canal 39* de La Pintana, Región Metropolitana, donde una vecina del barrio enseña las recetas de comida casera a sus congéneres, lo que incluye incluso las compras de ingredientes en el mercado y los diálogos con el dependiente del almacén de la localidad. Dichas recetas en un futuro, incluso podrían estar en una plataforma web del canal local, con datos y precios de donde comprar los ingredientes. En forma posterior, con la interactividad de la TDT, las recetas se podrían intercambiar o modificar con otros datos de otras vecinas o vecinos del barrio.

Sin duda, esa vecina no tiene los conocimientos que le permiten hacer

un programa entretenido, novedoso, creativo y de calidad audiovisual, pero si tiene a su lado a un profesional que la guía y le dice qué hacer y cómo hacerlo para registrarlo en televisión, el programa gana en creatividad y naturalidad, lo que se puede traducir en mayor audiencia.

Por otro lado y muy relacionado con el ámbito de la producción es un hecho que 3 de 4 canales locales en el país están conscientes que deberán renovar tecnología si es que quieren seguir emitiendo su señal, eso pues la señal analógica es completamente incompatible con la señal digital, principalmente pues la primera es una señal eléctrica y la segunda una señal informática. Este cambio tecnológico sin duda involucrará un enorme sacrificio económico para las estaciones de televisión local y regional, pero también se traducirá en una serie de beneficios y ventajas para ellos, lo que es plenamente conocido por los propios protagonistas del cambio y queda reflejado en que el 77 % de los canales locales están conscientes de que la TDT traerá beneficios a sus canales.

Ya en torno a la tercera pregunta de investigación que dice relación con conocer **cuáles son las ventajas de la TDT para los canales locales en Chile**, se puede establecer que una de las ventajas más difundidas y conocidas es la multiplicación de canales que se podrá tener con la TDT, lo que en el caso de las estaciones locales se puede traducir si no en un canal temático paralelo a la señal madre, en un espacio en el ancho de banda que servirá para la emisión de nuevos contenidos como el teletexto, servicios radiales, archivos y servicios informativos. Esta multiplexión de canales, que sólo es posible gracias a la compresión de la señal digital, también permitirá la aparición de nuevos canales locales en el radioespectro, aumentando la competencia entre ellos, lo que a la larga servirá para mejorar la calidad del servicio.

Una ventaja que está muy ligada con la multiplexión de la señal digital es que aún cuando el radioespectro sea el mismo, la posibilidad de

compresión de la señal digital logrará que exista mayor espectro disponible. Esto permitirá terminar con el congelamiento de la señal UHF (que a partir del año 2000 se implementa en Chile) y con el problema que significa la falta de espacio para acoger a más canales locales, que no han encontrado una banda en el espectro y que actualmente emiten sólo a través de operadores de cable.

Esto último será de vital importancia para el futuro de la Televisión Local y necesariamente debe ser tomado en cuenta por las autoridades y especialmente por los legisladores. Ya que la evolución de la televisión por cable y satélite en los últimos años ha sido enorme en el país, llegando a tasas importantes en algunas ciudades. De hecho, en 1994, los abonados al cable alcanzaban los 280 mil en todo el país, mientras que el 2005 ya se había triplicado dicha cifra. En diciembre del 2008, según cifras estadísticas publicadas por la Subsecretaría de Telecomunicaciones, en Chile existen 1 millón 461 mil 490 abonados a la televisión de pago,⁸¹ de los cuales un 61 % de ellos corresponden a abonados al cable y el 39 % restante al satélite. Ya en marzo del 2010 dicha cifra se ha elevado a más de un millón setecientos mil abonados.⁸² Esto tiene importancia pues las tasas de penetración indican que la televisión abierta está perdiendo fuerza progresivamente frente al cable y el satélite.

En otras palabras cada día la televisión por cable o satélite suman nuevos abonados en desmedro de la televisión aérea, esto se podría traducir en tasas de penetración futuras importantes como ocurre en Estados Unidos, Bélgica o Canadá, donde la televisión de pago supera largamente el 65 % de los usuarios. Es necesario, entonces, que la futura ley digital garantice la inclusión de los canales locales en las parrillas de la

⁸¹ http://www.subtel.cl/prontus_subtel/site/artic/20080509/asocfile/20080509130640/informe_anual_2008_020909_v1.pdf

⁸² http://www.subtel.cl/prontus_subtel/site/artic/20080509/asocfile/20080509130640/1_series_servicios_limitados_tv_mar10_180510v1.xls

televisión de pago como ocurre actualmente en Estados Unidos con el Must Carry o sino tendrán posibilidades importantes de quedar marginadas a audiencias audiovisuales minoritarias.

Otra gran ventaja que tendrán los canales locales será homologar la calidad de su señal con otras televisoras de cobertura nacional. Es un hecho la diferencia actual entre la calidad de la imagen y audio entre una señal y otra, más aún entre una televisora nacional y una local. Independiente del contenido, las diferencias técnicas se transforman en evidentes cuando se está al aire y eso influye en la atención del telespectador.

Es un hecho que la TDT mejorará la calidad técnica de la señal y siempre tenderá a una mejor calidad de emisión. De ahí que sea comprensible que un 95% de los encuestados en esta investigación esté seguro que la TDT mejorará la calidad de imagen y un 79 % asegure su confiabilidad técnica. Así también, la naturaleza digital de la TDT garantizará en términos de transmisión que la señal de ese canal local llegue de buena manera al ámbito de cobertura establecido, pues las posibilidades de interferencias son menores que en televisión analógica.

Otra ventaja determinante para el futuro de las televisoras locales es la posibilidad de interactividad que ofrece la TDT. El término teledifusión eventualmente pasará al olvido, pues la nueva televisión traerá consigo la posibilidad de comunicarse directamente con su público espectador y eso lo saben los canales locales encuestados en esta investigación que mayoritariamente, un 79 % de ellos, están conscientes de esta ventaja. Especialmente, pues el tener una comunicación de ida y vuelta que enriquezca tanto a los telespectadores como a la propia televisora, es una característica impensada para la televisión analógica. La mayoría de los medios locales en Chile sólo saben de sus públicos en terreno cuando se está grabando o bien a través de alguna línea telefónica o estudio de

mercado que indica la audiencia de un determinado espacio o segmento. Sin embargo, la liberación de espectro permitirá que el televidente a través de un control remoto diseñado idealmente para ello, se comunique con los canales locales y les plantee, responda o simplemente solicite algún contenido. La interactividad también permitirá anexar servicios a la televisión, así por ejemplo a través de los aparatos el televidente podrá potencialmente acceder a pagar sus cuentas de agua, luz o gas, como actualmente lo hace a través de Internet.

Respecto a saber **cuáles son las desventajas y temores que tienen las estaciones de televisión local ante el reto de la TDT**, una de las principales incertidumbres de los medios es la económica, especialmente si se consideran los escasos ingresos que en general perciben los canales de esta naturaleza. Esto se entiende cuando los canales locales manifiestan sus aprehensiones frente a la fuerte inversión que tendrán que hacer en tecnología si es que quieren seguir transmitiendo. La inversión mayor sin duda es el transmisor de la señal que a la vez actúa como decodificador y receptor de la señal. Sus precios en el mercado son muy elevados e inalcanzables para el común de las estaciones locales, más aún cuando el gobierno chileno no ha dado señales con respecto a subsidiar dicha renovación tecnológica. De ahí que gran parte de los canales locales manifiesten sus dudas respecto a que la TDT bajará sus costos de producción y un mayoritario 90% de ellos, esté de acuerdo con que el gobierno cree una forma de subsidiar la inversión tecnológica a realizar por este tipo de medios, ya sea con un subsidio específico o bien con un fondo de apoyo abierto a todos las televisoras locales.

En lo que refiere a costos de transformación tecnológica del área de producción de contenidos y que incluye cámaras e islas de edición de video. Un 100% de los canales locales ya trabaja con tecnología digital, desde MiniDV hacia arriba, tanto en cámaras como VTR, por lo que la TDT no les involucra mayores costos en esta área, salvo que el canal local

quiera cambiar sus transmisiones a HD, lo que involucraría iluminación, cámaras y VTR de naturaleza y costo superior. Sin embargo, el HD no se manifestó como una necesidad para la televisión local digital, quienes mayoritariamente optarían por la TDT estándar.

Otro punto importante y que tiene mucha relación con el factor económico es la falta de información respecto a las concesiones y la forma en cómo el Estado asignará frecuencias. Pues la TDT no serviría de nada si la torta publicitaria y más específicamente el espectro radioeléctrico sigue repartido entre los canales de cobertura nacional, que desean ser cabezas de multiplex, lo que significaría que cada canal nacional asociado a Anatel podría multiplicar sus señales, neutralizando la entrada de nuevos actores televisivos al espectro. Lo anterior es una preocupación manifiesta en esta investigación y que surge principalmente de aquellos canales que actualmente transmiten vía hertziana de forma ilegal, aún cuando ningún organismo público le ha suspendido sus transmisiones, como es el caso de *Canal 39* de La Pintana o el *Canal de San Bernardo*, propiedad del Arzobispado.

La falta de información respecto a la fecha exacta del apagón, obligaciones tecnológicas de los medios participantes y el no conocer las garantías y obligaciones de las concesiones también genera mucho temor en los canales locales. De hecho, más de la mitad de los encuestados manifiesta abiertamente que la información respecto a la TDT y las consecuencias que traerá para la televisión local es insuficiente. Aunque no es la generalidad, existen canales locales en pequeñas comunidades como San Javier de la Región del Maule que dominan poca información sobre la TDT y también tienen escasa iniciativa para acceder a ella.

La ausencia de una normativa legal que obligue a los operadores de pago a portar las señales de los canales locales se convierte en una desventaja futura, especialmente en aquellas ciudades donde el cable y el

satélite se han logrado posicionar de buena manera superando, incluso, a la televisión abierta. En ese sentido, algunos de los directores de televisoras locales encuestados manifiestan incluso que el transmitir exclusivamente por televisión abierta les haría perder audiencia, pues según ellos “cada día la televisión abierta pierde al menos un televidente” frente al avasallante posicionamiento de los operadores de pago.

Si bien el potencial aumento de competencia por la entrada de nuevos actores al espectro televisivo no es un temor para los medios locales, si lo es la falta de transparencia a la hora de designar las licencias y concesiones de televisión por parte de las autoridades pertinentes. Existe preocupación en las televisoras más pequeñas frente a sus pares de cobertura nacional que gozan de todos los beneficios. Esto se manifiesta en los concursos y fondos a postular por las emisoras donde dentro de las exigencias está el transmitir por televisión abierta, sabiendo que un 45 % de los canales locales lo hace exclusivamente a través del cable, una situación que se ha sostenido en el tiempo después del congelamiento del espectro ocurrido hace ya diez años.

Dichos temores también se hacen manifiestos en la TDT, como por ejemplo en el hecho que las campañas de difusión gubernamental sólo estén presentes en los canales de cobertura regional y nacional y no en los medios locales, lo que se traduce en una merma económica importante frente a un cambio tecnológico que se avecina rápidamente. El tema de las campañas gubernamentales que actualmente significan un importante aporte para los canales nacionales y regionales dejaría de ser un tema a discutir si es que se aprueba sin modificaciones el decreto que modifica la actual Ley de Televisión, pues ha sido descrito con detalle en el proyecto de Ley, consignando la obligatoriedad de difundir gratuitamente campañas de bienestar público para la población, especialmente en el área educación y salud pública, estableciendo minutos de publicidad mensual dispuestos para ello, en los canales que gocen de una frecuencia en el radioespectro.

Otro temor que, paradójicamente, está asociado a una de las ventajas principales de la TDT es el ingreso de nuevos actores a la industria televisiva. Un mayoritario 65 % de los canales locales está consciente de que la TDT permitirá aumentar el número de estaciones de televisión, por lo tanto el escaso nicho publicitario tenderá a repartirse entre más, disminuyendo la porción publicitaria de cada uno. La competencia con otros canales similares no es un temor manifiesto entre los canales locales, pero sí la inclusión de cadenas nacionales que eventualmente pudieran interesarse por la televisión local, como por ejemplo ocurre en España con las llamadas televisiones ventana, que son una suerte de repetidoras que utilizan frecuencias locales para llegar a públicos más específicos. Los canales locales chilenos, que en un mayoritario 75% responden a iniciativas privadas de pequeños y aventureros empresarios, temen la llegada de grandes consorcios televisivos al nicho local que eventualmente pudieran ganar concesiones de televisión, aún cuando sus contenidos locales sean limitados a pequeños y específicos márgenes de la parrilla programática.

En torno a la pregunta de investigación que tenía por objetivo conocer **cómo ha sido la transición legal que ha enfrentado la televisión local para existir en el espectro** fue desarrollada en extenso en el punto 2.2 del marco teórico de esta investigación donde se analizó, desde la perspectiva y mirada de la televisión local, las diferentes normativas legales que han marcado el desarrollo de la televisión en Chile, incluyendo desde el Decreto Ley N° 7.039, dictado el 28 de Octubre de 1958, en el que se da inicio al sistema de concesiones en el espacio radioeléctrico chileno, pasando por la Ley 17.377 de 1970; La Ley 18.838 de 1989 y la Ley N° 19.131 dictada en 1992. Hasta el actual proyecto de ley impulsado por Michelle Bachelet en octubre del 2008 y que pretende adaptar la Ley 18.838 para el desarrollo de la Televisión Digital Terrestre en Chile.

Sin embargo, es importante exponer algunos puntos importantes que surgen del análisis de los documentos legales y que también han sido consignados por directores de televisoras locales y por actores relevantes de la industria. Todas ellas observaciones que de una u otra manera ayudan al desarrollo de la Televisión Local en Chile.

Por un lado está la ausencia de una normativa que regule a la televisión local y le de validez en la industria. Punto no menor entre los directores de medios, pues si bien el proyecto de Ley donde se consigna la naturaleza de canal local fue presentado en octubre del 2008, ya han pasado casi dos años y aún se está discutiendo su aprobación en el Congreso.

Ya Michelle Bachelet, ex presidente de la República, lo consignaba en el proyecto de Ley N° 6579 fechado el 24 de octubre del 2008 que busca permitir la introducción de la televisión digital a Chile⁸³, específicamente en su punto 3- b. “La actual legislación no contempla una categorización de concesiones televisivas de distinta naturaleza, que permita asociar a su desarrollo, al afianzamiento solvente de programaciones variadas y pluralistas, sino que se tiende a conservar un modelo programático de tipo generalista y centralizado, mediante concesiones indiferenciadas en este sentido, galvanizando así la existencia de medios audiovisuales que desde la capital transmiten los mismos contenidos al resto del país”.

Es un hecho que la actual legislación que rige a la televisión chilena beneficia a los canales de cobertura nacional y no a los de cobertura local. Más aún, de ser aprobado el proyecto de Ley que busca modificar la Ley 18.838, sólo después de cinco años de promulgada la nueva ley podrían ingresar nuevos actores al espectro radioeléctrico. Han pasado 50 años de

⁸³ Dicho proyecto que actualmente está en discusión en el Congreso pretende adaptar la Ley 1838 que crea el Consejo nacional de Televisión y regula la entrega de concesiones televisivas en Chile desde 1989

televisión en Chile y aún no existe ninguna normativa legal propia de la televisión local, que regule y contribuya al desarrollo de estas estaciones.

Es más, una agrupación autodenominada Ciudadanía y TV digital que agrupa entre otras al Colegio de Periodistas; al Observatorio de medios Fucatel; a la Red de Televisiones Populares y Comunitarias de Chile y a Plataforma Audiovisual (una asociación de productoras independientes y trabajadores del mundo audiovisual) plantea algunas observaciones al proyecto de Ley y recoge algunas inquietudes planteadas en esta investigación. Entre ellas, el hecho que el espectro radioeléctrico es un bien público y como tal pertenece a todos los chilenos y chilenas, de ahí que la legislación debiera prohibir cualquier forma de apropiación a perpetuidad de este espacio y limitar el uso del mismo, estableciendo que ninguna persona natural o jurídica debe ser propietaria o administrar más de 6 MHz en la misma zona de cobertura geográfica, como medida antimonopolio que busque garantizar el pluralismo y diversidad en televisión. Así también, se hacen observaciones en torno a la clasificación de las televisiones en pública, comercial y social, ésta última sin fines de lucro y conocida como el tercer sector de las comunicaciones, con la idea de legislar y garantizar una distribución equitativa del espectro y de los recursos para el desarrollo de este tipo de iniciativas.

También se necesita revisar el tema de los plazos y de las etapas de la llamada digitalización de la televisión, que durante los cinco años siguientes a la aprobación del proyecto sólo garantiza la asignación de concesiones para quienes actualmente poseen frecuencias en el espectro, dejando de lado a todas aquellas televisoras locales surgidas después del año 2000, año en el que se congeló el espectro UHF y que ha obligado a los canales locales a transmitir ya sea clandestinamente o bien a través del algún operador de cable.

Por otro lado, sería interesante que la nueva legislación observará y

consignara la naturaleza digital de la TDT, que se traduce en un nuevo sistema de transmisión televisiva, por lo que la concesión a perpetuidad que gozan algunos canales de televisión en televisión analógica es necesario que sea revisada, ya que la actual legislación no podría ser aplicada considerando el nuevo rumbo tecnológico que tomará la televisión chilena.

Así mismo, habrá que observar la figura de los operadores de servicios intermedios que son incorporados en el nuevo proyecto de Ley que se está discutiendo. Ellos surgirían para flexibilizar los servicios anexos a la TDT, como Internet, interactividad, teledatos u otros que aprovechen el ancho de banda restante producto de la compresión de datos digitales. Así mismo estos operadores de servicios intermedios podrán rentar espectro para la transmisión de datos de terceros. Esto puede ser muy positivo para algunos canales locales que no consigan una concesión y tengan los ingresos económicos como para rentar un espacio, sin embargo también puede ser peligroso pues puede transformar el radioespectro siempre entendido como un bien común en un bien de consumo que se adjudica el mejor postor, perjudicando a los canales más pequeños que tendrán que esperar que dicho operador asigne un precio a dicho producto y determinar si puede o no acceder a él, para lograr transmitir su canal a la comunidad.

Por otro lado, de aprobarse el proyecto de Ley en su totalidad también habrá que velar porque el 40 % de las frecuencias realmente sean dispuestas y reservadas para la transmisión de canales locales, regionales y comunitarias, como también para aquellas concesiones nacionales que el Consejo Nacional de Televisión determine como culturales. Este último punto es muy importante, pues también abre la posibilidad de transmisión de programas educativos culturales a nivel nacional, en forma paralela a los programas de corte generalista, proyectando el desarrollo de la producción independiente especialmente en regiones. En ese sentido es muy útil llegar a consenso en la definición de programa cultural y en ello el

Consejo de la Cultura y las Artes también debería hacerse parte, tal y como manifestó el actual Ministro de Cultura Luciano Cruz-Coke en el seminario internacional de TDT realizado en agosto del 2010, aduciendo a la necesidad de que el Ministro de Cultura sea parte del directorio del Consejo Nacional de Televisión, entidad encargada de asignar y regular las concesiones y frecuencias de televisión en Chile, algo elemental si se quiere desarrollar la identidad y la cultura de nuestro país.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

Alcolea, G. (2006). *Plan de impulso a la TDT en España*. Jaén: Editorial El Olivo.

Barker, C. (2003). *Televisión, globalización e identidades culturales*. Barcelona: Paidós Comunicación.

Bertrand, C. (1992). *La televisión en Estados Unidos: ¿Qué nos puede enseñar?* Paris 1989. Edition Champ Vallon. Institut National de l'audiovisuel. Reimpreso por Railp en Madrid.

Brunner, J. (1995). *Televisión, libertad, mercado y moral*. Santiago: Los Andes.

Bustamante, E. (2004). *La Televisión Económica, financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Bustamante, E. (2008). *La televisión digital terrestre en España. Por un sistema televisivo de futuro acorde con una democracia de calidad*. Fundación Alternativas.

Cáceres y Casillas. La ley de televisión local por ondas de 22 de diciembre de 1995.

Canales, M. (Eds). (2006). *Metodologías de Investigación Social, Introducción a los oficios*. Santiago: LOM Ediciones.

Castells, M. (2006). *Globalización, desarrollo y democracia: Chile en el contexto Mundial*. Santiago: Fondo de Cultura Económica.

Chaparro, M. (2002). *Sorprendiendo al Futuro. Comunicación para el desarrollo e información audiovisual*. Barcelona: Editorial Los Libros de la Frontera.

Comas Dolors D'Argemir. (2002). La globalización, ¿unidad del sistema?
En Chomsky, N. *Los límites de la globalización*. Barcelona: Editorial Ariel.

Diez, R. (2003). *ETB, el inicio de una nueva era*. Bilbao: Editorial Euskal Iratí Telebista.

De la Torre, A. (1994). *Aspectos Jurídicos-formales de la televisión europea*. Tesis para optar al grado de doctor, Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.

Farías P. y Multigner G. (1995). *La televisión Local*. Zaragoza: Editan Diputación Provincial de Zaragoza.

Fariñas, J. (2008). *La televisión local en España: El modelo de negocio de Popular Televisión*. Tesis para optar al grado de doctor, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.

Freire, T. (1997). *Lecciones de Televisión*. Santiago: EACE.

Fuenzalida, V. (1984). *Estudios sobre la televisión chilena*. Santiago: CPU

Fuenzalida, V. (1990). *La Televisión en los '90*. Santiago: CPU.

García, A. (2006). *Estructura de la Televisión de Proximidad en Chile. Desarrollo y Perspectivas*. Tesis para optar al grado de doctor, Facultad de Comunicaciones, Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca España.

García, F. (2002). *A televisão no Brasil do século XX*. Salvador Bahia: Editora Da UFBA.

Godoy, S. (2000). *¿Públicamente rentable?* Santiago: Ediciones Universidad Católica de Chile.

Hurtado, M. (1987). *Historia de la televisión en Chile (1958- 1973)*. Santiago: Documentas/ Céneca.

Landi, O. (1992). *Devórame Otra Vez*. Buenos Aires: Editorial Planeta.

Larrègola, G. (1998). *De la televisión analógica a la televisión digital*. Barcelona: Editorial CIMS.

Larraín, J. (1996). *Modernidad Razón e Identidad en América Latina*. Santiago: Editorial Andrés Bello.

López, F. (2005). *La situación de la televisión local en España*. Barcelona. Editorial Univesitat Autònoma de Barcelona.

Martín-Barbero J. (1998). *De los medios a la mediaciones*. Bogotá: TM Editores.

Martín-Barbero J. (1999). *Los ejercicios del ver*". Barcelona: Editorial Gedisa.

Navarro, J. (1999). *La televisión Local, Andalucía: La nueva comunicación*. España: Editorial Fragua.

Portales D. (2009). *Televisión Digital: La Gran Oportunidad de la Televisión Local*. Santiago: Editoras U.D.P.

Robertson, R. (1992). *Globalisation*. Newbury Park y Londres, Sage.

Rozados, M. (2001). *La televisión local por ondas. Régimen Jurídico*. Granada: Comares.

Sáez, C. (2008). *Tercer sector de la comunicación. Teoría y praxis de la televisión alternativa. Una mirada a los casos de España, Estados Unidos y Venezuela*. Tesis para optar grado de doctor, Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona, España

Sierra Bravo, R. (2005). *Técnicas de Investigación Social, Teoría y Ejercicios*. Madrid: Thomson editores.

Sierra Bravo, R. (2007). *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica*. Madrid: Editorial Paraninfo.

Sinclair, J. (2000). *Televisión: comunicación global y regionalización*. Madrid: Editorial Gedisa

Tunstall, J. (1979). *The Media Are American*. New York: Columbia University Press.

Urquiza, R. (2009). *Televisión Digital Terrestre en Europa y Estados Unidos. Una comparativa entre modelos de Negocio*. Tesis para optar al título de doctor. Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.

Vinelli N. (2005). *Televisiones comunitarias: la experiencia argentina*. Ponencia presentada en III Congreso Panamericano de Comunicación, Buenos Aires, Argentina

Libros Colectivos

Badillo, A y Fuentes, M. (Editores). (2004). *La televisión local en el siglo XXI*. Salamanca: Editorial Televisión Castilla y León S.A.

Bardou- Boisnier Sylvie (1999). Francia: los actores nacionales ocupan la escena local. En Moragas, M.; Garitaonandia, C. y López, B. (Eds). *La televisión de proximidad en Europa. Experiencia de descentralización en la era digital..* Barcelona: Aldea Global.

Goodwin P. (2005). *United Kingdom :Never Mind the policy, feel the Growth*. En Brown, A; R.G. Picard, R.G. (ed.). *Digital Terrestrial television in Europe*. Mahwah, N.J.: Lawrence Elrbaum Associates, p.151-181.

Guzmán, C y Quintero, Y. (2005). *La televisión abierta (VHF/UHF) por suscripción y comunitarias en Venezuela*. Caracas: Anuario Ininco.

Marzal, J. y Casero A. (2007). *El desarrollo de la Televisión Digital en España*. La Coruña: Netbiblo, S.L.

Mc Luhan Marshall y B.R. Powers. *La Aldea Global*. Barcelona 1996. Editorial Gedisa. Del original publicado en inglés "The Global Village". 1989.

Moragas, M.; Garitaonandia, C. y López, B. (Eds). (1999). *La televisión de proximidad en Europa. Experiencia de descentralización en la era digital*. Barcelona: Aldea Global.

Orozco, G. (Coord). (2002). *Historias de la televisión en América Latina*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Pellegrini, S.; Puente, S.; Godoy, S.; Fernández, F.; Julio Pablo, Martínez, J., Soto, J. y Grassau, D. (2009). *Ventanas y espejos: Televisión Local en Red*. Santiago: Aguilar Chilena de Ediciones S.A.

Prado, E. y De Moragas, M. (1991). *Televisión locales. Tipología y aportaciones de la experiencia catalana*. Barcelona: Colegio de Periodistas de Cataluña.

Rincón, O. (Coompilador). (2001). *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Martín Barbero, Rey, Portales, Fuenzalida, Orozco, Otondo; Bogota : Editorial Friedrich Ebert Stiftung.

Rodríguez, R. y Seco, J. (2008). *Televisión digital. Democracia y servicio público*. España: Editorial Aconcagua Libros.

Salinas, P. y Cárdenas, M. (2008). *Métodos de Investigación Social*. Antofagasta: Ediciones Universidad Católica del Norte.

Vacas, F. (Coord). *Televisión y desarrollo, las regiones en la era digital*. Ponencias de Enrique Bustamante titulada “Regiones, televisión y desarrollo”; Miquel de Moragas titulada “Televisión y regiones en desarrollo, posibilidades en la era digital”; Bernat López titulada “Programación y contenidos de las televisiones de proximidad en Europa” y de José Luis Hierro titulada “La evolución normativa”. Extremadura 2000. Consejería de Educación Ciencia y Tecnología Junta de Extremadura

Capítulo de libro

Bustamante, E. (2000). Regiones, televisión y desarrollo. En Vacas, F. (Coord). *Televisión y desarrollo, las regiones en la era digital*. Extremadura: Consejería de Educación Ciencia y Tecnología Junta de Extremadura.

Bustamante, E. (2003). Comunicación Local en la era digital: por nuevas políticas de comunicación y cultura. En López, L., Fernández y Vilar (editores). *II Congreso radio y televisión en el ámbito local*. Universitat Jaume I. Madrid: Servicio de publicaciones.

Capparelli, S. (2002). *La televisión en Brasil. Contenido en Historias de la televisión en América Latina*. En Orozco, G. (Coord). (2002). Barcelona: Editorial Gedisa.

Cormack, M. (1999). Reino Unido: devolución política y descentralización televisiva. En Moragas, M.; Garitaonandia, C. y López, B. (Eds). *La televisión de proximidad en Europa. Experiencia de descentralización en la era digital*. Barcelona: Aldea Global.

García, A. (2004). El dilema de la televisión de proximidad en Chile. En Latorre, J. (Eds). *Ecología de la Televisión: tecnologías, contenidos y desafíos empresariales*. España: Ediciones Eunete.

Godoy, S. (2009). Medios y televisión local en Chile: Esperanzas y desilusiones en el sistema de medios contemporáneo. En Pellegrini, S.(Ed). *Ventanas y espejos: Televisión Local en Red*. Santiago: Editorial El Mercurio.

Prado, E. (2008). Líneas de desarrollo de la televisión digital local. En López, R.; Fernández, F.; Mut, M., Durán, A. (Eds). En *La Televisión digital ante el fin de la era analógica*. Barcelona: Publicaciones de la Universitat Jaume I.

Ruano, S. (2008). Los contenidos marcan el desarrollo las televisión digitales locales. En López, R.; Fernández, F. (Eds). *La Televisión digital ante el fin de la era analógica*. Barcelona: Publicacions de la Universitat Jaume I.

Vivar, H. (director). (2006). *La televisión local ante el reto de la digitalización*. Ponencias Noveno Ciclo de Comunicación Aranjuez: Editorial Felipe II.

Publicación Periódica

Lloreda, O. (2007). *Televisión comunitaria en Venezuela: una mirada en perspectiva*. Temas de comunicación Número 14. Caracas: Centro de estudios de la comunicación. Universidad Católica Andrés Bello.

Sánchez, E. (2000). *México, Canadá y la Unión Europea: hacia un Análisis comparativo de políticas de comunicación*. *Revista Razón y Palabra*.

Schaaff, S. La fragmentación de la televisión de masas en España. *Revista Telos* Nº 3.1985. Madrid: Fundación Telefónica.

Documentos Consultados

Revista del Consejo Nacional de Televisión. Julio 2005.

Informe de sustentación sobre el estándar de televisión digital terrestre, Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones, Octubre del 2009.

La televisión local entre el limbo regulatorio y la esperanza digital. Emili Prado. Fundación Alternativas 2005.

Televisión de proximidad y culturas minoritarias: complejidades de una relación. Bernat López. Comunicación presentada en el Congreso sobre comunicación y cultura celebrado en Santiago de Compostela en octubre de 1998.

Canales locales en Francia: Una dinámica vulnerable. Boletín CSA N° 160. Octubre 2003.

Rapport sur les télévisions locales. Ministre de la culture et de la Communications. 1998

Local and regional media in the UK. OFCOM septiembre 2009.

La transición de la televisión de proximidad: comparación entre el modelo andaluz y el francés. C.R. Monedero Morales. Televisión cara a cara. Primer congreso español de televisión digital autonómica y local. Universidad de Málaga. Octubre 2008.

Convergencia digital en el paraíso tecnológico: Claroscuros de una revolución. Emili Prado y Rosa Franquet .

Desafíos regulatorios para la adopción de la televisión digital terrestre en Chile. Sergio Godoy, 2005.

Política y medios en la Argentina: los orígenes de la televisión privada. Guillermo Mastrini. Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales. Carrera de Ciencias de la Comunicación

Análisis de la historia del canal de televisión Simón Bolívar. Concepción: Universidad Católica de la Santísima Concepción. Gómez, G. y Ovalle, F. (2003).

La experiencia de Catia televisión. No vea Televisión, hágala. Carmen Fernández. Caracas 2006.

Evolución de la televisión chilena: Audiencias y medición como protagonistas en los últimos años. Concepción: Universidad de Concepción. Ceballos, V. y Valenzuela, I. (1998).

Canal 10, Universidad Austral de Chile: Una experiencia de televisión en Valdivia. Concepción: Universidad de Concepción. Vargas, J. (1992).

Análisis de los factores que determinaron el cierre del canal 5 de Concepción. Concepción: Universidad Católica de la Santísima Concepción. Caroca, J. A. (2003).

La historia de la televisión en la Universidad de Concepción. Concepción: Universidad de Concepción. Castelli, P. (1994).

¿Existe una alternativa al centralismo de la televisión chilena?

Concepción: Universidad de Concepción. Ohme, K. y Valdés, G. (1994).

Hacia la Televisión Digital en Chile. Historia y transición Santiago: CEP
Sierra, Lucas. (2006).

El videoactivismo. Experiencias de resistencia cultural y política en la Argentina de los noventa. Christian Dodaro. Palabra Clave. Volumen 12. Número 2. Diciembre 2009. Pág. 238.

Alocución con Motivo del Cuadragésimo Aniversario de la Fundación de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile. Santiago: Universidad de Chile, Prenafeta, S. (1993).

Diario Oficial N° 36.602 de 01 de Marzo de 2000

Constitución Política de la República de Chile, 1980

La televisión Piquetera: experiencias de televisión alternativa en Buenos Aires. Natalia Vinelli. 2006

Un perfil de la televisión brasileña: 40 años de historia (1950-1990). Sergio Mattos. 1992

Televisión comunitaria en Brasil: Antecedentes y participación popular en la gestión y en la programación. Krohling Peruzzo Cicilia. 2005 .Revista Redes.com N° 3

La televisión pública en Estados Unidos, una descripción acrítica. Enrique Sánchez Ruiz

Cinco estrategias para un modelo de televisión comunitaria: una

perspectiva desde la experiencia colombiana. Lizandro Rincón e Iñaki Zabaleta.

Escasa producción de programas infantiles. Carmen García Bermejo. Revista Mexicana de Comunicación. Octubre 2006.

Hacia la digitalización televisiva en EEUU. Un largo camino hacia la liberación de espectro. Raquel Urquiza. .Revista Telos N°83 Noviembre 2009.

A report to the crtc on digital transition strategies in a number of different countries. Michael McEwen. 2006

Fuentes Electrónicas

1. CNTV. (2004). Estudio de la televisión local en Chile. [www.cntv.cl/medios/Publicaciones/estudio total canales de televisión.doc](http://www.cntv.cl/medios/Publicaciones/estudio%20total%20canales%20de%20televisi%20n.doc).
2. Historia del video en Chile. (n.d.). <http://www.umatic.cl/resumen.html>.
3. Fuenzalida, V. (2007). Canales regionales y cable. <http://sites.google.com/site/valeriofuenzalida/Home>.
4. <http://www.aretelbiobio.cl>
5. http://diario.elmercurio.com/2010/05/19/ciencia_y_tecnologia/ciencia_y_tecnologia/noticias/33018414-403A-45EA-B902-D982588D9DA3.htm?id={33018414-403A-45EA-B902-D982588D9DA3}
6. <http://www.impulsatdt.es>
7. <http://diegolevis.com.ar/audiovisual/MVarela.pdf>. “Los comienzos de la televisión argentina en el contexto Latinoamericano”. Mirta Varela. Facultad de Ciencias Sociales Universidad de Buenos Aires.
8. Vargas, E. (1970). El primer canal de Chile. <http://html.rincondelvago.com/primer-canal-de-televisi%20n-en-chile.html>
9. www.argentina.gov.ar/argentina/portal/paginas.dhtml?pagina=2901
10. <http://www.telecable.es/personales/matius/09-TELEVISION2.doc>

11. http://www.revolutionvideo.org/agorativ/sobre_latv.html. Utopías en el aire. María Cecilia Fernández
12. <http://www.allbusiness.com/sector-61-educational-services/348392-1.html>
13. <http://www.monografias.com/trabajos13/televis/televis.shtml#VENEZ>
14. http://www.washingtonpost.com/wpdyn/content/article/2009/01/08/AR2009010802586_pf.html. "Obama urge delay in digital televisión switch". Hart, K.
15. <http://www.crtc.gc.ca>
16. <http://www.cbc.ca/>

ANEXOS

ANEXOS

El instrumento que se presenta a continuación fue sometido a evaluación de expertos, antes de ser realizado. Quienes participaron de la evaluación son:

- 1) Doctor Alfredo García Luarte, Periodista, doctor en Comunicación por la Pontificia Universidad de Salamanca, experto en Investigación y Comunicación
- 2) Magíster Luis Silva, sociólogo y magíster en Investigación Social y Desarrollo.

La presente encuesta es un instrumento de recolección de datos para la investigación titulada “Desafíos de la TDT para la televisión local en Chile” realizada a nivel nacional a directivos, gerentes y dueños de canales locales por la Escuela de Periodismo de la Universidad Católica de la Santísima Concepción.

TIPOLOGÍA:

- 1) Qué tipo de canal dirige
 - a) Público
 - b) Privado
 - c) Municipal
 - d) Asociativo
 - e) Universitario
 - f) Otro, favor especifique.....
- 2) Señale con una “X” los porcentajes que mejor representan el modelo de negocio (ingresos) de su canal

INGRESOS POR-	Menos de un 25% Del total de ingresos	Entre un 25 % y un 50 % del total de ingresos	Un 50 % del total de ingresos	Entre un 50 % y un 75 % del total de ingresos	Más de un 75 % del total de ingresos
Publicidad					

Análisis de los desafíos de la TDT para los Canales Locales en Chile

Subvención Pública					
Proyectos concursables					
Aportes de Vecinos					
Aportes de Empresas					
Otro , favor especifique.....					

3) Cuál es el nivel aproximado de gastos de operación mensual de su canal (personal, local, concesión, cámaras, cintas, transporte, electricidad, agua, etc.)

- a) Entre 500 mil y dos millones de pesos
- b) Entre dos y cinco millones de pesos
- c) Entre cinco y ocho millones de pesos
- d) Entre ocho y 10 millones de pesos
- e) Entre 10 y 12 millones de pesos
- f) Más de 12 millones de pesos

PUESTA AL AIRE

4) A través de qué sistema se emite la señal de su canal (Marque sólo una respuesta, seleccionando con negrita la alternativa)

- a) Cable
- b) Hertziano (televisión abierta)
- c) Satélite
- d) Cable y hertziano
- e) Cable, hertziano y satélite
- f) Otro, cuál _____

5) En qué año comienza a emitir su canal.....

6) Que alcance geográfico tiene la señal de su canal

- a) Sólo una parte de la comuna en la que está situado el canal
- b) Una comuna
- c) Dos comunas
- d) Más de dos comunas
- e) Regional

7) Su canal es parte de alguna asociación de canales locales

- a) Sí, (señale cuál).....
- b) No

INFRAESTRUCTURA

8) En qué formato se graban los contenidos (cámaras)

- a) HI 8
- b) VHS

- c) S-VHS
- d) MINI DV
- e) DVCAM
- f) OTRO(señalar cuál)

9) En que formato se transmite (o formato de envío del VTR final)

- a) HI 8
- b) VHS
- c) S-VHS
- d) MINIDV
- e) DVCAM
- f) OTRO(señalar cuál)

10) Cuántos profesionales y/o técnicos trabajan en su canal:

_____ Personas

11) Cuántos periodistas titulados, incluyéndose Ud. si lo es, trabajan en su canal

_____ Periodistas

12) Qué tipo de tecnología digital posee (Marque con una cruz todas las que posee)

__ Cámaras

__ VTR

__ Editoras

__ Otro, (señale cuál) _____

__ No posee tecnología digital

13) La edición de los contenidos es: (destaque con negrillas la alternativa correcta)

- a) Digital
- b) Analógica

CONTENIDOS DE PROGRAMACIÓN

14) Cuántas horas diarias emite su canal

_____ HRS PROMEDIO AL DÍA

15) Cuántos días a la semana emite un programa informativo (noticiero)

_____ DÍAS A LA SEMANA (INCLUYENDO EL FIN DE SEMANA)

16) Aparte de los programas informativos, cuántos días a la semana emite al menos un programa de producción propia

_____DÍAS (INCLUYENDO EL FIN DE SEMANA)

17) De realizar producción propia distinta a las noticias que género es el M ÁS recurrente en su programación (marque con negrillas la alternativa correcta, favor sólo una respuesta)

- a) Infantil
- b) Magazine
- c) Entrevista
- d) Musical
- e) Concursos
- f) Otro _____

TDT

18) La televisión digital terrestre, TDT, es un sistema de transmisión televisiva que reemplazará a nuestro actual sistema de transmisión televisivo analógico NTSC. Dicho sistema implica una serie de transformaciones tecnológicas tanto por parte de los emisores de la señal (canales locales) como de quienes lo reciben (televidente). De acuerdo a lo que se sabe de TDT marque con una cruz el ítem que considera más apropiado para las siguientes afirmaciones, escogiendo: MUY DE ACUERDO; DE ACUERDO; NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO; EN DESACUERDO; MUY EN DESACUERDO.

Afirmaciones	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
A-. La televisión digital terrestre cambiará la forma de trabajo de mi canal					
B-. La televisión digital(TDT) traerá beneficios a mi canal					
C-. La TDT abaratará los costos de producción					
D-. La TDT me permitirá incorporar nuevos contenidos					
E-. La TDT me permitirá interactuar con los públicos locales					
F-. La TDT NO traerá beneficios a mi canal					
G-. La TDT me abre nuevas posibilidades de negocio					
H. La TDT mejorará la calidad de imagen					
I-. La inversión realizada en tecnología digital v/s los beneficios futuros no garantizan el éxito del negocio					
J-. La TDT permitirá la aparición de nuevos competidores en el espectro					
K. La TDT técnicamente es poco					

Análisis de los desafíos de la TDT para los Canales Locales en Chile

fiable					
L-. La TDT me podría hacer perder audiencia por el exceso de competencia					
LL-. El gobierno debería dar un subsidio a los canales locales por inversión tecnológica					
N-. Se necesita liberalizar el espectro					
M- El actual sistema de concesiones NO es democrático ni transparente					
O-. Se debería crear un fondo de apoyo a la televisión local					
P-. La información sobre los beneficios de la TDT es insuficiente					

19) A continuación si tiene alguna crítica, alcance o comentario en torno a la aplicación de la TDT y el costo beneficio que significa para su canal, por favor consígnela pues será de mucha utilidad para el estudio

[illegible]

ENTREVISTAS

1. A. ENTREVISTA A DIRECTORA DE PRENSA DE *GIROVISUAL*, ROUS PONS

¿Hace cuántos años que existe el canal?

- En señal abierta hace unos 8 años más o menos, antes era sólo señal de cable y alcanzó a estar unos 4 años al aire. Aunque también está presente en el cable de la Provincia de San Antonio, específicamente en dos señales una que cubre Cartagena, San Antonio y Santo Domingo y la otra que cubre el sector de El Tabo, El Quisco y Algarrobo, aparte de la señal abierta.

¿Cómo se origina el canal?

- Partimos en cable y al tiempo participamos de un concurso por una señal de vía hertziana.

¿Qué público tienen?

- Aproximadamente un millón de personas, toda la región.

¿Qué cargo desempeña en el canal?

- Soy editora de prensa y productora jefa y ejerzo hace cuatro años

¿Cuántas personas trabajan en el canal?

- Si consideramos técnicos y profesionales aproximadamente 20 personas

¿Con cuántos profesionales cuentan?

- En las distintas áreas la gran mayoría son profesionales, gráficas, periodistas, editor, y cámara, la gran mayoría tiene el título. En relación a los periodistas hay como seis periodistas. Somos hartos pues tenemos gente que cubre cada comuna y en eso cubrimos desde Santo Domingo hasta Casa Blanca y además tenemos señales al interior de la Quinta Región como la Ligua.

¿Económicamente como se financia?

- La verdad que no se mantiene por publicidad, los ingresos son por una empresa externa que también son dueños del canal. La mayoría de los ingresos pasan por Multivías, es decir empresas nacionales y genéricas que nos ayudan anualmente con publicidad que colocan en nuestras radios

y televisiones. La publicidad local aporta muy poco. Estamos en una zona bastante difícil con un alto grado de cesantía, las campañas políticas nos han ayudado bastante y con eso logramos crecer y construir nuevas locaciones. Pero cabe recordar que empezamos muy pequeños, pero de a poco hemos ido apostando a esta empresa. También tenemos ingresos compartidos entre fondos y proyectos concursables. También hemos tenido programas envasados en conjunto con algunas productoras, pero no han sido muchos los ingresos por este ítem.

¿Fondos del Consejo Audiovisual ?

- No, la verdad que es muy complicado, pues piden muchos antecedentes y quita mucho tiempo, algunas veces lo que hemos hecho es contratar a un equipo para competir en ese ámbito específico. Y la gente que uno tiene ya tienen funciones específicas y tener un equipo sólo para eso, no siempre vale la pena. Los municipios aportan bastante, pero con contratos, ya sea cubriendo algunos eventos o bien con cápsulas turísticas.

¿Qué aprensiones tiene usted en torno al actual sistema de televisión en Chile?

- Nosotros a pesar de ser un canal local no nos hemos sentido discriminados de esa forma, hemos tenido mucho apoyo de mucha gente. Pero a lo mejor citando a otros canales que me ha tocado conocer siento que se ha discriminado a algunos que no han podido participar de convenios con canales regionales. Pero nosotros como canal no tenemos ningún tipo de aprehensión

¿Cómo definiría a un medio de televisión local?

- Son mucho más trabajadores, tienen poco financiamiento, pero es gente con más compañerismo, más comprometidos y se pueden lograr cosas bastante interesantes que no van con el estilo de los canales nacionales como puede ser un programa de farándula y en sentido nos alejamos un poco.

¿Qué opinión tiene de la actual situación de la televisión local?

- Sería ideal que el gobierno diera más apoyo tanto en tecnología como en capacitación, sobre todo ahora que se implementará la televisión digital. Se hace necesario un financiamiento para equilibrar un poco el sistema entre canales locales y canales grandes.

¿Su programación es variada?

Si hay de todo, programas culturales musicales y principalmente políticos, los que han sido todo un éxito y ya llevan más de ocho años al aire

¿Qué programación tienen?

- Estamos al aire las 24 horas, hay un programador, en la noche hay música y algunos programas que se repiten.

1.B. ENTREVISTA A GERENTE Y PROPIETARIO *GIROVISUAL*, ANDRÉS PONS

¿Qué se debería mejorar?

-El gobierno debiera tener más proyectos, para los canales en sí es muy difícil. Existen pocos proyectos que tienen que ver con equipamientos o infraestructura.

¿No han tenido apoyo gubernamental?

- No, los proyectos han sido de corte cultural, medio ambiente, pero nada de infraestructura y tecnología.

¿Qué opina sobre la normativa legal que rige la televisión local?

- Lo que pasa es que no existe una ley diferente para los locales, estamos todos juntos tanto nacionales como locales. En cuanto al contenido estamos regidos por el Consejo Nacional de Televisión, pero estamos todos bajo el mismo concepto.

A su juicio, ¿debiera existir una normativa exclusiva?

- Lo que pasa es que cuando es exclusiva y se comienza a generar redes existe una dificultad, pero creo que debiera existir pues los canales locales tienen otros problemas. Creo que el gobierno cada vez que hace publicidad social hace publicidad en Anatel y no en los canales locales, por lo tanto no existe una conciencia gubernamental en ese sentido.

¿Cuál cree usted que son los cambios que se debieran hacer?

-Lo que ha pedido la asociación de canales regionales es que cada vez que el gobierno tenga campañas de difusión, sea de salud, medio ambiente u otro, contrate un porcentaje que por obligación vaya a los canales locales y regionales pues no es lógico que los canales grandes se lleven solos la torta publicitaria y los canales locales que son los que están más cerca de la comunidad no tengan acceso a esos dineros.

¿Qué tipo de programación tienen?

- Básicamente está enfocado a noticias, tenemos 5 noticiarios diarios de casi una hora, muchas noticias, cada dos horas son los adelantos. También tenemos entrevistas con diferentes personalidades, muy pocas noticias nacionales. Tenemos equipos de prensa en cada comuna o cada dos comunas, que es un periodista más dos camarógrafos y ellos generan noticias. Cada equipo tira cuatro noticias y se arma el noticiario central. El

editor hace un condensado de las noticias, un programa para la costa y otro para el interior. El fin de semana se hace un resumen de noticias y se repite.

¿También son corresponsales?

- Somos corresponsales de televisión y CHV hace ya mucho tiempo y ahora de CNN Chile en toda la Quinta Región. Tenemos un convenio donde podemos bajar noticias de ellos y ellos nos solicitan notas exclusivas. No son grandes sumas de dinero, pero es muy raro que nos pidan notas demasiado importantes, por ejemplo si yo tengo que cubrir una noticia para Chilevisión, las mismas imágenes también las ocupo para mi canal, por lo tanto el costo de enviarles el material es el mismo que para mi propia nota.

¿Qué sabe de la Televisión digital?

- Se promulgó la norma hace unos meses atrás y va a permitir que los canales locales que transmiten hoy en banda VHF puedan transmitir en UHF, cuando eso comience a operar los canales van a tener la posibilidad de tener una o cinco señales más. El problema no está en la norma, sino en quien recibirá la señal. El público podrá comprar un decodificador por 50 mil pesos y ver televisión digital con muy buena calidad. El problema está para los canales locales y regionales pues un transmisor de televisión digital UHF vale 200 mil dólares, el enlace son 60 mil dólares más y eso significa sólo el equipamiento de la torre de transmisión sin contar la antena que son 300 mil dólares más. Eso sin considerar la iluminación, las cámaras, las editoras digitales, las mesas de edición, el sistema de audio. Nada de lo que tienen los canales locales hoy sirve para la televisión digital, por lo tanto el retorno es casi imposible. El gobierno dice que el estado dará créditos a través de Corfo, pero el problema no son los créditos sino demostrar que se tienen los ingresos para ser solventes ante ese crédito. Los ingresos son bajísimos y tampoco me garantizan los transmisores que se compran, es decir si me falla el transmisor que hago con él, el banco no me va a frenar el crédito. Es todo un problema mayor.

¿La televisión local es rentable?

- No, para nada. Cuando los canales tuvieron la opción de hacerlo mejor, trabajar en conjunto comenzaron a salir canales locales y regionales que son parte de cadenas nacionales como UCTV, TVN red quinta región y así en diferentes partes del país hay señales ventanitas que se han bajado a locales. Y hoy el mayor fuerte que tienen los canales locales son los departamentos de prensa. Hoy los clientes tienen una oferta mayor donde colocar su publicidad. Hoy alcanza a subsistir, pero eso no permite una tasa de crecimiento constante. El equipamiento que se tiene hoy es bajísimo en comparación con otros nacionales. Son cámaras muy antiguas, pues no se permite una cámara de prensa de 10 millones de pesos.

¿En qué formato trabajan?

-En miniDV. Luego se digitaliza la señal y se estandariza para toda la cadena

¿Cree Ud. que la televisión digital será un aliciente para la televisión local?

- No, los que tienen la opción de operar son los canales de Anatel, principalmente por el costo de implementación. Es imposible que los canales locales tengan participación en ella. En toda la red de canales locales no creo que más de tres puedan operar ante el apagón analógico. La pregunta es cuantas empresas locales tendrán la espalda suficiente como para recuperar la inversión. Los costos son muy altos, desde el maquillaje hasta la iluminación. El beneficio será para el público o televidente, pues verá una mejor imagen, pero sólo podrán hacerlo los canales de Anatel.

¿Conoce las ventajas del nuevo sistema?

- Sí, tendrán televisión de mejor calidad. Chile no es un país horizontal, hay muchos cerros, la geografía es muy complicada. Hay muchas zonas de sombra que impiden un radio muy grande de cobertura. La televisión digital ayudará a una mejor cobertura y la norma también permitirá una antena repetidora en la zona de servicio. Pero eso implica otro transmisor y un costo extra.

¿Por qué cree entonces que el gobierno prefirió la norma japonesa?

No creo que el problema sea de costos, pues se hicieron diferentes pruebas. Con ello se benefició al televidente, pero no a las televisoras. Lo que me parece lógico también.

¿Qué temores tiene frente a la televisión digital?

- Que en el corto plazo gran parte de la población tendrá la posibilidad de adquirir todo tipo de decodificadores y la gente podrá tener por poco dinero la posibilidad de tener televisión digital abierta en su casa, el problema es que los canales locales para que esa gente los vea van a tener que transformar su sistema de transmisión. Hoy no existe ninguna obligación legal para el operador de cable para que me lleve mi señal de televisión abierta por su cable, por lo tanto en la zona donde opero y opera el cable, a mí esa gente no me ve. Al mismo tiempo al salir la norma digital y la gente compre el decodificador tendrá señal abierta, pero tampoco me verá a no ser que haga la inversión. Y si hago la inversión mi retorno será el mismo, pues no me verá más gente, al contrario tal vez me vea menos. Cada día

los canales de señal abierta tienen menos auditores que el día anterior, pues el cable cada día tiene uno o más abonados. Y si yo no estoy incorporado al cable, esa gente deja de vernos. Hoy el beneficio real será para Anatel, pero a los canales locales y regionales ninguna posibilidad de beneficio. El beneficio será para el televidente, pero no se pensó en que los canales tendrán que asumir una cifra altísima imposible.

¿Cree que los canales locales tendrán que cambiar sus contenidos?

- Hoy los canales locales tienen una potencialidad, el informar acerca de lo que pasa en su comuna, en su provincia, en su región, porque si Ud. vive en Punta Arenas jamás le pasan sus noticias locales sólo Santiago, incluso el clima. Por lo que creo que nuestros contenidos no debieran cambiar, pues es una de nuestras fortalezas principales, desde el nuevo consultorio al nuevo puente, por lo tanto los contenidos seguirán siendo los mismos. Los principales ingresos son los departamentos de prensa, hoy no puedo pasar una película, pues para hacerlo tengo que comprarla. Yo le tendría que decir a un cliente oye auspíame esta película y tienen otros canales donde esto es gratis.

¿Cuáles son los desafíos que se le vienen a la televisión local ante la televisión digital?

- Me gustaría ser optimista pero no es así, pienso que ingresarán más señales al sistema, por lo tanto a mayor cantidad de señales mayor competencia. Eso al mismo tiempo será una mayor complicación de señales. En esta zona cabrán cuatro o cinco señales más, si hoy con una o dos es difícil conseguir publicidad con 4 ó 5 más será mucho más difícil. Además habrá que hacer una inversión tremenda. Hoy día montar un canal de televisión significa 20 millones de pesos para una señal de 120 watts, mañana con la televisión digital será un costo de 300 mil dólares o 180 millones de pesos, sin contar los estudios, la iluminación y cámaras. Por lo tanto los únicos beneficiados serán los que tienen capital y así difícilmente aún ingresen al sistema de dónde sacarán el retorno, si la torta se repartirá entre los grandes y si ingresan mayores actores, menor trozo de torta para cada uno. Más aún, si hay más oferta los valores tenderán a la baja.

¿Cuál es el desafío entonces?

- El gobierno debiera considerar alguna forma de que los canales locales tengan un acceso a la tecnología, pues si no lo hace no tiene ninguna lógica el sistema de negocio.

¿Una subvención?

- Tampoco creo que sea una solución, pues puede garantizar el crédito, pero al final las empresas no podrán pagar este equipamiento.

2. ENTREVISTA A GERENTE Y PROPIETARIO DE IQUIQUE TELEVISIÓN, LUIS FLORES

¿Cómo surge la idea de crear el canal de televisión?

- Es una oportunidad, yo trabajé muchos años en Codelco a cargo de la planificación de proyectos mineros y también de algunos proyectos especiales de alta complejidad. Y se da la oportunidad de que Metrópoli (operador de cable) empieza a buscar a alguien que se haga cargo de un canal en Iquique, existían dos acá, uno era el municipal y otro era el F2M2 que era el actual NorTV. Además había un canal de la Universidad de Tarapacá, pero muy malo. Entonces Metropolis con la intención de fortalecer la televisión local comienza a buscar. A mí me llegó el dato por unos amigos y coincide con que Codelco comienza a ofrecer planes especiales de egreso y me vengo de vuelta a Iquique. Un proyecto más, sin una posición periodística sino simplemente como un proyecto más.

¿Cuánto tiempo ha pasado entonces?

- Seis años, ganamos el concurso un 01 de diciembre del 2003.

¿Su cargo específico es?

- Gerente y dueño, además si es necesario chofer, tramoya, lo que sea necesario.

¿Cuántas personas trabajan en el canal?

- Acá trabajan alrededor de una base permanente de 12 personas que se suman a otras no permanentes que conforman un equipo final de 20. El resto gente que viene a un programa en particular o cumple funciones de mediodía

Ud. me decía que tenía programación las 24 horas, ¿cómo lo hace con la continuidad?

- Entre las 12 y las 8 se automatiza, tenemos gente a cargo, desde la ocho de la mañana tenemos gente dando vuelta y a partir de las 10 de la mañana se comienza a salir en vivo. Eso sí hay gente de control fácilmente hasta las 12 de la noche y ahí queda automatizado el canal.

¿Esas 24 horas de programación son cartones publicitarios?

- No, aquí se hace de todo, probamos películas, pero después nos dimos cuenta que hay canales especializados en películas y la gente no va a ver un canal local para ver películas, para eso están canales especializados en

ello. De repente colocamos películas pero cuando son realizaciones nacionales y especialmente del norte. Lo mismo pasa con la música mucha nortina y folclórica. Muchos documentales históricos y especialmente de nuestra zona.

De esas 12 personas que trabajan fijas en el canal, ¿cuántos son profesionales y particularmente periodistas?

- Periodistas tenemos cuatro, todos contratados. Tenemos editor de prensa, periodistas, editores y productores,

¿De dónde obtiene su financiamiento?

- Al comienzo de mi fondo de retiro y después obteniendo muy buenos auspicios, hemos encontrado instituciones sensibles a esto y nos han apoyado, también hemos ganado algunos concursos. El año pasado nosotros peleamos con VTR cuando viene la fusión Metrópoli-VTR, estos últimos plantean que en Iquique quieren que exista un solo canal y que sea de VTR y yo tenía un contrato con ellos y me opuse profundamente. Yo alegué que tenía contrato vigente y de todas maneras dijeron que iban a cerrar y cerraron. Se formó una batahola tremenda, todo el mundo en contra de VTR peliando y acudiendo a los parlamentarios de todos los colores, a los que se sumaron universidades y concejales. Finalmente VTR llegó a un acuerdo con nosotros y nos dijo que nos iba a devolver el canal cuando llegara la señal digital y que mientras tanto nos contrataba para hacerles notas y reportajes de continuidad. Fue eso lo que empezamos a hacer y eso nos permitió los primeros años y por lo demás especializarnos mucho en eso. A la larga nos fortaleció mucho, tú sabes que lo que no te mata te fortalece y pasó. Posteriormente nos empezaron a contratar otros entes, mineras, universidades, para entrar en el ámbito de la creación y de las series documentales.

¿Cómo definiría a una televisión local?

- Primero que nada tiene que ser absolutamente regional, tiene que ser muy pluralista a ultranza, no puede darse el lujo de sectorizarse, dándole entrada a todo el mundo. Ese es el pecado en el que han caído canales locales, entre comillas, como Tarapacá televisión, canal municipal que debiera ser el primero en acoger a las juntas de vecinos y pobladores, pero no lo hacen. Aquí si necesitan difundir cualquier cosa y están las puertas abiertas. Y por eso la gente te defiende, te sigue, te quiere. Y eso fue lo que pasó, la gente nos defendió pues éramos la imagen de lo que querían ver. Eso nos coloca en un plano que no nos compite ninguna institución televisiva nacional. Aquí nunca nos va a ganar Canal 13, televisión, nosotros somos fuertes en ello. Y obviamente tampoco pretendemos competir con ellos en lo que ellos hacen, porque no cubrimos noticias de carácter nacional y eso mismo hace que CNN cuando parte en el norte nos

llama, yo no había postulado y nada menos, sobre todo porque venía como socio de VTR y VTR nos soporta pero no nos quiere. Entonces recibo una llamada del capo de CNN en Chile, preguntándome si quería ser corresponsal de CNN en la Región de Tarapacá y dije bueno ya, reunión en Santiago y corresponsal exclusivo de CNN en la región, eso nos terminó de reforzar. Bueno y eso atrajo inversiones, qué tiene Iquique televisión que no tenga los demás, eso lo comprendieron las empresas y aparecieron los auspicios. Actualmente estamos en una posición muy sólida.

En cuanto a los contenidos ¿qué contenidos destacarías de su parrilla?

- Contenidos más que nada cosas que son importantes para nuestra ciudad, hemos lanzado lugares rupestres de nuestra región, documentales turísticos. De un comienzo pensamos que el turismo era el futuro de Iquique.

¿Ser corresponsales de CNN implica un piso tecnológico no?

- Lógicamente apenas firmamos contrato, compramos más equipos, tanto como computadores especialmente armados para edición de televisión y cámaras.

¿En qué formato trabajan?

- Las grabaciones son en HD y algunas MINIDV, apostamos por digital desde un comienzo.

¿Quizás el tener zona franca (libre de impuestos) ha facilitado el desarrollo tecnológico del canal?

- No, sabes que los equipos no los compro acá, porque la Zofri trae muchas cosas para el común de la gente y no equipos TOP. Muchos de los equipos que tenemos son armados para nosotros en base a nuestros rendimientos. Ya sea tarjetas más poderosas que respondan a nuestros requerimientos.

¿Qué críticas les haría al sistema televisivo en Chile?

- Qué está hecho para los más grandes. Eso lo hemos planteado en innumerable oportunidades y han tenido mucho cuidado de mantenerlo así. El hecho que recién se haya elegido la norma y que recién se esté elaborando la ley que nos dará acceso a ello. Pues si bien está elegida la norma nadie te dice cómo será el sistema para acceder a la frecuencia, a quién hay que pedírsela. No existe eso. Afortunadamente ya existe un paso, la norma, sin embargo aún falta mucho. La televisión ha estado enfocada a privilegiar a algunos canales y ha estado empeñada en colocar el freno a generalizar la televisión, con toda la falta que de ello hace.

Basado en eso, ¿qué críticas le haría a la televisión local en Chile?

- Conozco muchos canales locales, buenos y malos, buenos pues se enfocan en mostrar lo local, están mostrando y dan espacios a la comunidad. Y malos como el municipal, lo peor es que no es por falta de recursos, por ejemplo un canal en Iquique tiene tras de sí a la municipalidad que es una de las más ricas del país. Otro a la Universidad del Mar, que a larga muestra que es muy deficitaria como universidad pues no es capaz de mantener una calidad. Ahí uno se pregunta qué clase de escuela de periodismo hay atrás.

¿Qué críticas le haría al gobierno, qué ha faltado por hacer?

- Voluntad de aterrizar esto rápido, yo creo que hay un contrasentido, como que nos vendieron la televisión local en beneficio de los grandes para evitar salir perjudicados. Yo creo que al gobierno y en particular a la concertación le ha hecho mucha falta tener medios de comunicación local y los pocos medios que lograron levantar algo la cabeza finalmente los dejaron morir. Yo no entiendo que clase de gobierno puede permitir eso con la falta que hace la comunicación, si todo se hace a través de la comunicación. No somos del gobierno, nos hemos ganado en buena lid muchos concursos, tampoco somos de derecha, pero creo que falta voluntad política y ojalá salga rápido la ley que regule esto.

¿Hay una especie de laguna que regula a la televisión local?

- Nosotros no tenemos ningún tipo de licencia, sólo un contrato con VTR (operador) y en Internet no tenemos ningún tipo de restricción y no le respondemos a nadie por lo que tiramos al aire tiramos la misma programación. Más bien por una limitante técnica que no tenemos dos equipos que nos permitan tener la programación de Internet y la programación del cable por separado.

¿Qué sabe de la televisión digital?

- Nuestra idea general es que nos permitiría tener la capacidad para llegar a esta región, no nos interesa llegar más allá no sacamos nada con transmitir en Coquimbo o en otras zonas, no sacamos nada. La idea es que esos canales, los de Coquimbo o La Serena también se fortalezcan y multipliquen. No hay que tener la ambición de llegar más allá, para eso está Internet, que te permite llegar a aquellos fanáticos que están lejos de sus tierras y que quieren saber qué pasa acá. La gente que supo que Iquique televisión transmitía online inmediatamente les avisó a familiares en el extranjero y esos mismos comenzaron a enorgullecerse que había una canal iquiqueño que salía al extranjero y eso hizo que mucha gente nos viera y existiera una gran retroalimentación.

¿Cree Ud. que la TDT será un aliciente para el desarrollo de la televisión local?

- Sí, la televisión digital será vital en la medida que se ponga al alcance realmente, es decir si llega a tener aranceles de entrada o un costo no va a ser ninguna solución. Cuando se propuso en un comienzo que iba a ser una gran facilidad para que la gente accediera, que cualquiera pudiera tener un canal sin un gran costo, si eso se da va realmente va a haber un éxito rotundo en el desarrollo de la televisión local.

¿Aún cuando esté actualmente congelado el espectro?

- Son detalles que con una voluntad política se cortan inmediatamente, pues no dependen del Congreso, sólo de un ministerio. Es decir el Ministerio de Telecomunicaciones y Transporte podría decir mañana que se libera el espectro y listo.

¿Cuál es el público objetivo de Iquique televisión?

- El nivel pensante, no nos interesa la programación farandulera, tampoco las noticias de crónica roja o amarilla, somos bastante serios en eso. Tenemos un estilo similar a CNN y por eso mismo nos llamaron.

¿A nivel socioeconómico?

- Diría que no apuntamos a los estratos altos, tenemos bastante entrada en la gente humilde que quiere saber lo que pasa en su población y con su vecino.

¿Qué temores tiene frente a la TDT?

- Ninguno, quizás el único es que no salga oportunamente, afortunadamente hay algunas promesas que dicen relación con disponer de TDT algún día, lo que significa digitalizar todos nuestros procesos.

¿Cree que tendrá que cambiar sus contenidos?

- No, al contrario, creo que tendremos que reforzarlos con más información local

¿Cómo se contacta con la comunidad?

- Principalmente a través de los mismos programas de televisión, tenemos programas de documentales donde entramos mucho en contacto con la comunidad y en otras ocasiones son ellos los que vienen por acá.

¿Cuáles son los desafíos?

- Tener una televisión de alto nivel y sobre todo tener profesionales para trabajar en los medios. Pues no saco nada con tener un canal y programar música, eso no vale de nada. Se necesitarán periodistas, tramoyas, directores. Los desafíos de la TDT para las instituciones de educación superior es sacar gente capacitada, pues a medida que salgan las concesiones, van a comenzar a aparecer los canales. Acá en Iquique yo sé al menos de tres canales que quieren aparecer y se necesitaran profesionales con una calidad adecuada para ellos. Creo que no tenemos gente a nivel país, quizás en Santiago sí, pero esa gente no llega acá. A nosotros nos cuesta mucho encontrar gente, la gente que trabaja acá son del norte principalmente.

3. ENTREVISTA A DIRECTOR Y GERENTE DE VTV YUNGAY, MARIANO ARANA

¿Hace cuánto que existe el canal?

- Agosto del 2002

¿Qué cargo desempeña en el canal?

- Director y representante legal

¿Cuántas personas trabajan en el canal?

- Estables cuatro personas

¿Qué cargos ejercen?

- Yo, mi señora que es la directora ejecutiva, César Reyes que es reportero y conductor y Guillermo Campos que es el camarógrafo.

¿Qué experiencia o estudios de televisión tienen?

- Todos tenemos una especialización que logramos el 2005 en el Santo Tomas, una certificación en técnicas de realización audiovisual, salvo Guillermo.

¿Cómo surge la inquietud de crear un canal?

- En el caso nuestro fue una consecución de hechos, en este caso siempre me interesó el tema de las comunicaciones y se fueron dando paso a paso, comencé a investigar y a tomar fotografías, en base a mis estudios de informática cree mis primeras editoras de video en el año que Canal 13 recién estaba importando mesas de edición, año 1996, yo ya estaba importando desde estados unidos equipos y ahí se da una cosa impensada, bueno en estas localidad es más fácil que se dé, existiendo la necesidad audiovisual de registrar algunas actividades de corte familiar o doméstico se transformó en una cosa que los servicios públicos locales comenzaron a solicitar, lo que llevó a legalizar todo lo que estábamos haciendo. Ya en el caso específico de la señal, se dio que el cable local tenía la disponibilidad de la señal y nadie se había atrevido a emprender

¿Siempre por cable o alguna vez por señal abierta?

Siempre por cable, pero hemos hecho algunas pruebas de televisión digital experimental con la autorización de Subtel y el apoyo de la Comunidad Europea. No sólo en esta comuna, sino también en Concepción y Los

Ángeles.

¿Esos equipos quedaron acá?

- Eran equipos prestados, tenían permiso de interacción, pero por un tiempo limitado. Terminado el plazo tenías que devolverlos.

¿Qué tal resultó la experiencia, pues es pionero que un canal local comience a hacer pruebas?

Fíjate que si uno lo busca en Internet, aparecen más de 20 publicaciones como un hito histórico de la televisión a nivel latinoamericano. Cuando comenzamos a hacer ese trabajo experimental jamás nos imaginamos lo que iba a ocurrir. Ese mismo día que hicimos la prueba con el Subsecretario de Telecomunicaciones presente, tuvimos publicaciones en los diarios de Santiago y ahí recién nos dimos cuenta que tenía un cierto nivel de importancia. Pero siempre pensando en probar las nuevas tecnologías y ver los resultados técnicos antes que en Chile se tomara una decisión al respecto.

Mariano y el financiamiento del canal, ¿por dónde ingresa la mayoría de los dineros que mantienen el canal?

- Actualmente las empresas forestales, en la comuna de Yungay que está muy caracterizada por Arauco y Mininco, ellos han suscrito convenios y contratos con nosotros y son la parte más fuerte del canal, se complementa con otras publicidades locales. Nosotros no vendemos publicidad tan barata como otros canales locales, preferimos no pasar publicidad si la gente no tiene la disponibilidad a pagar el mínimo que nosotros exigimos, que de todas maneras está por muy debajo de los valores que significa generar un spot audiovisual y poder transmitirlo.

¿La gente comprende la importancia de tener un spot en televisión?

- Hoy a siete años del trabajo nuestro, sí. Al principio cuando uno iba a vender publicidad, la típica reacción de la gente era decir oye en la radio me cobran 5 mil mensuales y me pasan 10 veces al día. Tú no puedes competir con eso, costó mucho hacerle entender a la gente lo que cuesta hacer un spot publicitario, ir a grabar, luego editar y enseguida pasarlo al aire la cantidad de veces que ellos querían en pantalla.

¿Y la creatividad que se coloca en su elaboración?

- Bueno eso es un intangible, nosotros cobramos por un spot de 35 segundos entre 60 y 80 mil pesos y más encima se lo dividimos en cuotas según el período de la campaña que contraten. Igual ahora a siete años han ido entiendo un poco más y que la gente cuando nos visita con un

material audiovisual propio que quieren transmitir es casi hacerles un favor, pues no estamos pagando casi nada.

¿La mayoría de los recursos que ingresan a tu canal son de orden publicitario, más que de proyectos concursables?

- También ingresan fondos concursables, de hecho hemos ganado varios. Actualmente estamos terminando la entrega de los fondos 2008-2009 que por segunda vez este canal se ganó. Son fondos regionales que dependen de la Secretaría General de Gobierno y que son fondos que se colocan a disposición del CORE (Consejo Regional de Gobierno). Hicimos doce cápsulas de orden de participación ciudadana que le gustó mucho a la gente, pues no todos saben que hacen los concejales, el alcalde, los juzgados, el juez de policía local. Son doce cápsulas que ha tenido un buen resultado.

¿Y fondos municipales?

- También, pero de forma aislada y depende mucho. Ahí hay una crítica fuerte, pues los alcaldes de turno están acostumbrados a los medios radiales que son muy cercanos a esa institución y también a tomar la línea editorial y doblarla un poco. En el caso nuestro hemos mantenido nuestra independencia editorial y eso nos ha servido para estar identificado con la mayoría de la gente sin afinidad política ni religiosa. Pero a nivel de municipio ha sido difícil y complejo lograr entrar con proyectos, pues en la administración anterior en vez de contratar los servicios y al no poder muñequear o doblar la línea editorial, generaron un canal municipal. Esa es una historia que se ha replicado en diferentes municipios de Chile. En la comisión de Ciencia y Tecnología de la Cámara de Diputados lo conversé con el presidente de la comisión Ignacio Walker, quien estaba muy en desacuerdo de que las corporaciones municipales crearan canales de televisión, pues el alcalde de turno iba a manejar la línea editorial y no iba a abrir ese espacio a nivel general. En nuestro caso tratamos de abrir la programación a todos los segmentos de la población y no nos cerramos con nada. En ese caso la municipalidad hoy día ya están cotizando o contratando servicios para el aniversario de la comuna o actividades masivas que son producción municipal.

Pero, ¿la Municipalidad de Yungay tiene un canal de televisión?

- Hoy tienen funcionando una señal muy básica, trabajan con una cámara y transmiten al aire con una línea de tiempo y hay escaso trabajo de post producción, sólo con la intención de mantener lo que había antes, que no era poco. Pues yo le calculaba los costos que ellos tenían y nosotros podíamos haberle prestado un servicio igual o superior a un 40 por ciento del presupuesto que ellos manejaban, con la diferencia del nivel de cobertura, pues nosotros tenemos cerca de 10 mil potenciales televidentes, en cambio la municipal transmite por Cemet que no tiene más de 70 a 100

abonados en todo Yungay.

Mariano ¿qué aprensiones tienes de acuerdo al actual sistema de televisión en Chile?

- Es un sistema absolutamente centralizado. Si uno analiza la ley de televisión actual. Ni siquiera están los conceptos donde se define que es una televisión regional, local o comunitaria. Aspectos que son muy importantes para el tema de ejecución y producción externa. Por lo tanto hemos estado 50 años dependiendo de un canon de televisión impuesto desde Santiago y que ha complicado a muchos, incluso a nosotros que hacemos televisión local. Pues tenemos no dejamos influir por los formatos televisivos capitalinos, los canales locales copian lo que se hace en Santiago, gracias a Dios siempre hemos sido un poco rebeldes en eso, pues hemos buscado la forma de diferenciarnos de la programación nacional. Para nosotros no es tan importante la escenografía, como el contenido que estamos entregando a los televidentes.

A tu juicio, ¿el actual sistema de televisión está beneficiando sólo a los grandes canales?

- Por supuesto, se ha legislado por 50 años privilegiando a los canales de Anatel (Asociación Nacional de Canales de Televisión). Incluso el mismo tema de las agencias de publicidad que a la hora de colocar sus productos son cerradas a esos canales de televisión y no son capaces de abrir la mirada a otras plataformas televisivas que existen a nivel nacional como son las televisoras locales. Se pretende que con la nueva ley esto vaya cambiando, yo lo veo un poco difícil. Creo más en la fortaleza de los canales locales que se han mantenido y han ido integrándose a otro tipo de clientes, como es el caso específico mío donde teniendo las empresas forestales había que buscar la forma de prestarles el servicio y convencerles que la presencia de su imagen corporativa en el ámbito local era súper importante.

¿Cómo definiría a un canal de televisión local?

- Difícil pregunta, yo creo que independiente de lo técnico, la definición de local tiene que ver más con las personas. Porque aquí puedes tener gente que tiene mucho dinero, pero su gente carece de fortaleza que le permite enfrentar las contingencias del medio. Así también estar abierto a lo que la comunidad local necesita. La idea es tratar de estar en el pensamiento de la gente, motivándolos a verte y a informarse a través de tu señal.

¿Tu definición va más por el contenido?

- Sin duda, ni con todos los recursos que tengan los canales grandes van a

poder competir con la identidad local que desarrollan las estaciones locales, quizás la única forma sería instalar emisoras locales que sean parte de esas cadenas. Esa gran fortaleza es lo que define más a un canal local.

En ese sentido, ¿cómo es la situación que enfrenta la televisión local hoy?

- Está en un pie más interesante que el 2004, pues hasta ese entonces no estábamos tan organizados. Hoy es bastante auspicioso. La nueva Ley sería el punto de partida para la consolidación de algunos canales locales en televisión abierta y digo algunos pues creo que muchos están muy cómodos en el cable porque no tienen muchas exigencias. El pensar en televisión abierta en un sistema digital implica bastante inversión. A muchos se les ha vendido la idea de que el sistema es barato, pero no es barato para nada. Las tablas comparativas que se realizaron antes del proceso de elección de la norma mostraban que el sistema japonés era uno de los más caros. Pero así y todo con toda esa nebulosa, tenemos esperanza que la televisión local sea más conocida y que sensibilice a nivel político, pues es en el Parlamento donde finalmente se afinará el tema de la Ley.

¿Qué crees tú que debiera mejorar el gobierno?

- Antes del discurso de los políticos de turno, el gobierno debiera demostrar y aterrizar esos discursos en realidad, especialmente a nivel de todas las entidades del estado, que de una u otra forma le permiten a los canales locales optar a créditos de largo plazo a través de Corfo o Sercotec y así poder consolidar la inversión a nivel de infraestructura, pero también a nivel de capital de trabajo. Pues una de las formas de poder proyectarse es contratar más profesionales y poder profesionalizar las actividades de los canales locales, que es una de las debilidades. Pero para eso hay que tener dinero, pues por ejemplo si quiero contar con un periodista tengo que contar con 400 ó 450 mil pesos mensuales para partir. Ahí el Estado está pecando, pues hay muchas herramientas, pero como no estamos legalizados ni definidos como rubro, finalmente no tenemos acceso a esas fuentes de financiamiento.

¿Qué piensa de la actual normativa legal que rige a la televisión?

- La actual es una aberración, es un tremendo problema que han debido sortear muchos que han querido hacer televisión abierta, pues el espectro ha estado congelado sin ningún sentido y eso deja de manifiesto cómo se mueve Anatel a nivel político, pues cuando se congeló el espectro se pensó en que no existieran más señales arriba y que tuvieran acceso directo a la televisión digital. Aunque sea a 10 ó 20 años plazo, pues esa gente trabaja a esos plazos. Por lo menos lo que tenemos hoy legalmente es un sistema que protege el oligopolio de las canales de cobertura nacional.

¿Ustedes tuvieron alguna capacitación en televisión digital?

- Sí, fuimos invitados a participar de una sesión de la comisión de ciencia y tecnología de la Cámara en noviembre del 2008 y compartimos la mesa con el presidente del consejo nacional de televisión, gente de Anatel y nosotros como Aretel Bío Bío. Fue una reunión provechosa, pues pudimos presentar nuestras inquietudes, pero para la gente de Anatel sin duda fuimos molestos, pues estamos en contraposición en varios temas. Al final va a ser un conflicto que se resolverá cuando se vote la Ley y que tiene que ver con que los canales dicen que han estado presentes por 50 años y por lo tanto tienen una concesión digital sin pasar por ningún tipo de concurso. En cambio, quienes hemos estado marginados del espectro radioeléctrico y hemos hecho televisión local a través del cable tenemos que entrar desde cero. Pero hay muchos canales locales que ya llevan bastante tiempo en el aire y estamos pidiendo que se reconozca nuestra preexistencia y al momento de postular sea un puntaje más que nos garantice una concesión. Pues te aseguro que al momento de generarse el concurso va a haber varias personas más interesadas en conseguir alguna señal.

¿Ha habido un avance?

- Si hoy por lo menos se define en la nueva Ley desde una televisión nacional hasta una local y eso fue una apuesta de nosotros que fue tomada y vinculada a la Subsecretaría de Telecomunicaciones donde se define la forma de transmitir. Esperamos también que existan instancias de participación de los canales locales en la discusión final de la Ley que espero se haga en marzo, pues se está pensando su promulgación para julio del 2010.

¿Qué sabe de la televisión digital?

- Es un salto tremendo, emular lo que pasó del blanco y negro al color en la televisión de los setenta. Es un formato que nos va a permitir mayor cantidad de canales en el mismo ancho de banda de los 6 megahertz que se utilizan actualmente. Y quizás lo más importante, más que calidad de sonido o de video, es la interactividad, es decir los servicios asociados, que emulan lo que se puede hacer a través de Internet.

¿Cree que ayudará al desarrollo de la televisión local en Chile?

- No te lo puedo asegurar, tengo dudas con respecto al estándar elegido (japonés brasileño) pues el formato híbrido es más caro incluso que el formato japonés nativo, así es que no lo tengo claro. Hay publicaciones de prensa que dicen que los decodificadores y televisores bajarán de precio, pero creo que va a ser mucho más lento el proceso. En Chile hubiese sido el europeo el elegido creo que hubiese sido más rápido.

¿Conoce las ventajas del nuevo sistema de televisión?

- Como emisor tiene muchas ventajas, partiendo por la multiplexión que te permite colocar 4 señales estándar de televisión en un ancho de 6 megahertz o bien una combinación con alta definición, dejando incluso un espacio para datos. Eso es una tremenda ventaja pues el emisor va a tener la ventaja de poder comunicarse directamente con su televidente y eso le permitirá ir midiendo si los contenidos que estás entregando le gustan o incluso el mismo televidente podría interactuar con el medio pidiendo algo específico. Es una tremenda ventaja en términos de operación, eso significará que tendremos que cambiar el switch a la hora de hacer televisión, pues esta ya no será en una sola dirección, pues la interactividad del televidente también intervendrá en la generación de contenidos. Ahora bien la movilidad también es una ventaja, pues abre posibilidades para que alguien esté enganchado a tu transmisión. Ventajas son hartas, pero aún existen muchas indefiniciones técnicas que entorpecen el funcionamiento, como por ejemplo el no saber el valor real de los equipos, pues eso impide que canales como el nuestro se proyecte con nuestra audiencia.

¿Qué temores ven ustedes como medio de comunicación local con la implantación del nuevo sistema?

- El temor más grande tiene que ver con el no tener los recursos necesarios como para poder comprar el equipo transmisor. La última cadena que a nosotros nos falta que es enchufar nuestra salida master a un cable de antena y pasarlo por el transmisor. Ese es el gran temor que parta la televisión digital y que nosotros no podamos acceder a ella por un tema de costos, aún cuando tengamos la concesión. Pues como te decía no tenemos un detalle real en términos de equipamiento.

¿Cree que existan otras barreras además de la económica que le impidan ser partícipe de este nuevo sistema de televisión?

- Podría ser, pero es importante que los concursos por las concesiones sean transparentes y se hagan por tipos de televisoras y no todas en el mismo saco. La ley es un poco compleja en ese sentido pues suma a algunos grupos que pueden ser operadores y televisoras a la vez.

¿Cree que las televisoras locales deban cambiar sus contenidos?

- No, si tú me hablas sólo de los contenidos, enfáticamente te digo que no, pues si yo cambio mi óptica de contenidos muero. Es decir lo que tengo que hacer es seguir programando contenido local y ojalá subirla con el tiempo. Definitivamente no puedo privilegiar otro tipo de contenidos, pues eso me llevaría a transformarme en un canal más del cable, pero con menos recursos. Los canales locales deben reforzar la identidad local.

¿Y la interactividad influirá en los contenidos?

-Sí, que el televidente tenga acceso a comunicarse con los emisores será vital, muchas veces nos llaman para corregir algo o simplemente para complementar. Eso será muy importante y se potenciará mucho más con la televisión digital. Pero será un proceso muy lento, pues la gente que está en los campos y que no tenga un canal de retorno, difícilmente podrá interactuar con nosotros. La televisión digital y la interactividad va muy de la mano con los recursos tecnológicos que la gente tenga a disposición.

¿Cómo se da la interactividad con tus televidentes?

- Primero con el teléfono, también con Internet, pero lo que trabajamos mucho es el comentario personal, cuando salimos a grabar, escuchamos a la gente, sus comentarios acerca de alguna nota que les gustó o de algún programa que deba volver, sé que no es nada muy científico, pero son datos e información que nos sirve para darnos cuenta que nos están viendo. Creo que esa conexión con la gente es muy importante a nivel de televisión local, pues ese feedback en otros canales más grandes no lo tiene.

¿Cree que la televisión local tiene desafíos frente a la televisión digital que próximamente se implementará en Chile?

- Desafíos tiene que ver con el formato en el que uno trabaja, si es estándar no creo que tenga muchos problemas, pero hay algunos canales que están muy atrasados y que tendrán que cambiar toda su cadena de producción. Si transmito en VHS como lograré ingresar al nuevo sistema, por lo menos nosotros lo tenemos claro y sabemos que no hay que desesperarse con el HD, pues nosotros pudimos ver la transmisión en señal estándar y era realmente espectacular. Para darte un ejemplo existe una localidad a 10 kilómetros de aquí donde la señal analógica llega con mucho ruido y llena de granos, paramos el decodificador y decepcionamos allá y era ver una fotografía. Eso a nosotros nos dejó bastantes conformes, por lo tanto no tenemos el apuro de llegar a transmitir en HD.

¿Ves ventajas en la asociatividad de los medios locales?

- Por supuesto, a nivel de Aretel Bío Bío se comenzó a generar movimiento y gracias a la asociatividad estamos asociados a consorcios internacionales de desarrollo de tecnología y redes. Eso no se a nivel individual y menos a nivel local. El crear Aretel nos da muchas posibilidades de conseguir fondos concursables, especialmente europeos para ir implementando nuestro canal de televisión.

¿Por qué Aretel Bío Bío sólo asocia a unos cuantos y no se hace más masiva?

- Se ha pensado varias veces en hacer algo a nivel nacional, pero hay una reticencia en otras regiones, lo que hemos hecho es incentivar a otras regiones a formar asociaciones similares y luego unirnos en una suerte de federación. Por supuesto creo que una asociación y representación a nivel nacional sería lo más óptimo, pero no se ha dado la posibilidad, pues eso depende de las personas. Puede haber muy buenas ideas, pero si no existe la motivación es muy difícil llevarlo adelante.

5. ENTREVISTA A DIRECTORA CANAL 5 LINARES, CECILIA ROJAS

¿Hace cuántos años que existe el canal en el que trabaja?

-El canal existe desde el 8 de septiembre del año 2003

¿Cuál es su cargo y hace cuánto lo ejerce?

-Directora general. Estoy a cargo de la dirección desde hace tres años.

¿Este canal siempre ha emitido por cable?

-No. Del año pasado y este estamos por señal abierta, porque antes transmitíamos por cable CMET.

¿Cuántas personas trabajan en el canal?

-12 personas, 7 de planta y el resto por boletas a honorarios.

¿El financiamiento es por publicidad, fondos concursables, apoyo estatal o municipal?

-Netamente publicidad, aunque también hemos participado a fondos concursables y generalmente nos ganamos algunos proyectos.

¿Qué apprehensiones tienen en torno al actual sistema de televisión?

-La televisión nacional no es educativa, es más bien de entretención, pero de una entretención que le hace daño a la gente y sobre todo a los jóvenes. Es por eso que nosotros, en nuestra programación, es totalmente diferente. Es una alternativa que en este horario por ejemplo (10:00 horas) la dueña de casa lo prefiere, porque qué nos interesa a nosotros que fulana de tal se acostó con fulano de tal y todo eso pasa tan lejos de nosotros, es una realidad que no nos compete. Y eso es el quiebre que ha querido hacer el canal local, ofrecerle una alternativa a la gente de acá.

El otro día me llamaba un cliente de Santiago que prefiere, porque dice que él no sabía que los canales locales se veían tanto por su gente, así como las radios -también escuchan sus radios locales- hay un montón de radios como que llegan a todo Chile radio Bío-Bío, radio Corazón, no sé un montón de radios que llegan a todo Chile, pero la gente escucha sus medios. Y así como escucha a sus medios, también ve sus canales de televisión, ahora ¿Cómo lo comprobamos nosotros? No tenemos para medir he...audiencia, no tenemos para eso, pero sí hacemos concursos y vemos la cantidad de llamados, nosotros hacemos un concurso y el teléfono no para de sonar, entonces sabemos que estamos llegando,

sabemos que estamos llegando donde nosotros queremos y que nos están escuchando, si eso es lo que para nosotros es importante. Ahora el matinal que está saliendo ahora es en vivo ¿ya? Lo tenemos en la mañana, nosotros en la mañana tenemos una programación desde las 9:30 que es local hasta las 11:30 que dura este programa, o sea de 9:30 a 10 son noticias locales, que es el noticiero editado que es el de la noche anterior, el central se edita y se dejan las noticias que todavía están vigentes, después terminan con el noticiero y seguimos con el matinal que es en vivo, tenemos la lectura de diario de la zona, porque no toda la gente compra el diario, no toda la gente compra El Lector, El Herald, El Centro, pero ¡no! La gente se informa por los canales de televisión, por la radio. Tenemos lectura de diarios con comentarios serios ya, la gente así se entera, pero también tenemos una lectura de El Mercurio, por ejemplo, que es para tratar de darle una visión más bien general, tratar de educar, de informar a los que no tienen información

-Y en ese sentido ese sería un poco el concepto de televisión local, ¿la diferencia?

-Es lo que diferencia, porque nosotros tratamos de tener una programación que a la gente le sirva de algo en la vida ya ahora nosotros tenemos en este momento un ciclo de programas con el departamento comunal de salud que nos ha traído psicólogos, nos traen pediatras, nos traen ginecólogos, nos traen de todas las áreas para apoyar a la gente que no puede llegar, que no tiene acceso a eso. Y en la tarde tenemos un programa educativo con Nova Sur, que son monitos animados o no necesariamente sino también de personas, pero que también entregan enseñanza a la gente. En la noche tenemos las noticias locales, la edición central que son las noticias que se ven acá en Linares, aquí no hay una conferencia de prensa que empiece si no ha llegado canal 5

¿Ah, o sea ustedes son los que están marcando un poco la pauta?

-Nosotros marcamos la pauta, nosotros la marcamos. De hecho el jefe de Talca, de Curicó –que han venido a visitarnos, porque siempre nos están visitando- dice que este canal funciona como si fuera un canal grande, lamentablemente la impotencia que a nosotros nos da es no tener la cobertura que necesitamos.

¿Cuál es el alcance geográfico del canal?

-Nosotros tenemos la ciudad de Linares y a 15 Km. A la redonda de Linares, o sea nos ven en varios sectores rurales, pero también llegamos a otras ciudades, llegamos a Longaví, a Yerbabuenas, a un sector de Villa Alegre, pero todos los sectores rurales, Palmilla también...

¿Cómo definiría a un medio de televisión local?

-Como un medio que trabaja en forma responsable, con la verdad, no trata de mostrar algo que no es, muestra la realidad.

Estaría muy ligado al ámbito geográfico

-No necesariamente, nosotros tenemos, el canal 5 tiene convenio con UCV televisión ¿qué conectamos con UVC televisión? Son las noticias internacionales, nacionales e internacionales, es un noticiero como el que tú ves en 24 horas, lo da UCV en Valparaíso y nosotros tenemos este convenio con ellos y transmitimos cierta programación. También tenemos un convenio con Telefuturo de Paraguay, ¿y que transmitimos de eso? Con las películas, pero además nos llegan programas de INDAP, que son programas agrícolas, donde se muestra como te digo cosas para apoyar a la gente, cómo conocer toda la parte vitivinícola, la apicultura, la agricultura que son temas que acá a la gente de acá nos interesa, pero en realidad si viene alguien de Santiago y ve el canal lo va a encontrar súper entretenido, igual se va a poder informar de las noticias locales, va a saber lo que está pasando acá y también lo que pasa a nivel nacional, porque como te dije también comentamos la prensa nacional y los portales de Internet.

¿Qué se debería mejorar por parte del gobierno?

-Por supuesto que debería haber una ayuda, porque aunque son empresas, son empresas que son más chicas obviamente, pero que ayudan mucho a la gente, pero ejemplo si pasa algo la gente siempre va a querer saber primero lo que pasa acá, lo local me entiendes tú, entonces así se puede ayudar mucho a la gente.

Nosotros tenemos en el matinal un joven que nos hace reportaje de la gente, que va y les pregunta su opinión pero no es una cuestión de ya ¿qué te parece?! Una tontera, no...sino que preguntas que la gente pueda explayarse de cómo se siente, los problemas que tiene, cómo le gustaría que la ayudaran, etc. Averiguamos los problemas de la gente, ubicamos al invitado y lo traemos para que pueda hablarle a la gente de soluciones.

Entrando a lo que es la televisión digital y su normativa, ¿qué opinión le merece el tema?

-O sea esté de acuerdo o no el tema ya va, porque ya está visto eso, ahora cambiarnos a eso va a ser una cosa casi imposible de seguir, nosotros bueno vamos a poder seguir transmitiendo en este ¿qué es lo que nos va a servir de lo que tenemos ahora? Las puras cámaras a lo mejor, que están en HD, en alta definición, pero yo pienso que el Estado o la subsecretaría de telecomunicaciones más específicamente va a subsidiar para que nosotros podamos o sea porque esto significa 80 millones, 100 millones...no tenemos la cantidad de lo que significa cambiarnos a esta

normativa, no la sé, no la tengo clara. De hecho nosotros vamos a hacer un seminario acá en Linares, que vienen personas de Estados Unidos a darnos una charla respecto de lo que es esta nueva norma porque yo creo que igual es poca la información, igual tú lees de qué se trata la nueva normativa y te quedas como media colgada, todavía no entiendes bien o por lo menos yo aún no lo entiendo bien y cuando lo conversamos con la gente de acá todavía no sabe qué es lo que vamos a tener que cambiar, porque a lo mejor hay cosas que sí nos van a servir

Y ¿no han recibido ningún tipo de información por parte de las instituciones pertinentes?

-No, no hemos recibido ningún tipo de información, nada. Solamente -como te digo- cuando salió la normativa aprobada lo que uno va y se informa, que se yo, en Internet o los demás medios. Pero información que esté llegando permanentemente como para capacitarte, no.

Y con todo esto ya un poco aceptado y con la información que maneja, ¿cree que la TDT va a ser un aporte para la televisión local?

-O sea, en este momento si nos apoyan económicamente va a ser un aporte, porque vamos a ser mejor, vamos a salir en alta definición, la imagen, todo va a ser diferente, todo va a ser mejor, así que si nos apoyan económicamente todo bien. Pero yo también pienso fíjate que la televisión regional va a ir tomando cada vez más espacio en todo sentido, porque ya se está viendo que los clientes no sólo te contratan televisión nacional, sino también te contratan con los canales de televisión regional. Tenía yo el año pasado una reunión con la gente COPEVAL –que estábamos postulando a un PROFO- un PROFO es cuando se juntan varias empresas para luchar por un mismo objetivo, en este caso nos estábamos agrupando varios canales de televisión local y fue un señor de COPEVAL, que son empresas que apoyan a estos PROFO y decía: “Yo por ejemplo como COPEVAL necesito colocar publicidad, pero como no tengo tiempo de andar averiguando qué pasa en Linares, qué pasa en Curicó, qué pasa en Talca, tomo todos mis fondos y los coloca en una televisora a nivel nacional” y se libra del problema. Pero ahora veo –dice- y sí me voy a dar el tiempo para averiguar, cotizar, a qué público van dirigidos, todo...porque se dio cuenta cómo trabajan los canales regionales.

Entonces el reparo que tienen con la televisión digital es netamente en el plano económico.

-Así es...bueno y capacitación también. Claro que también es la obligación de estar buscando información y capacitarse, pero también deberían quizás la subsecretaría de telecomunicaciones capacitarte.

Y en cuanto a los contenidos, ¿han pensado incluir nuevas temáticas una vez que tengan que hacer la reconversión?

-Siempre están esas ideas, no solamente porque vaya a llegar la televisión digital. Siempre uno está con ese bichito que te mueve a hacer cosas.

¿Cuáles son los desafíos que se vienen para las televisoras locales con la llegada de la TDT?

-¡Uy! Que nos vea todo el mundo, que si se quiere informar no vaya a otro canal, que se vaya al tiro al cinco, ese es el desafío que la gente siempre tiene, que la gente te escuche, que todo el trabajo que nosotros estamos realizando, lo estamos realizando de una forma tan responsable, tenemos nosotros tres periodistas que están en terreno, tres camarógrafos que siempre están en terreno y aquí tres editores, entonces vemos que trabajamos, vemos un noticiero nacional y nosotros lo estamos haciendo tan bien como ellos, tal vez no con tantos recursos, no con la misma escenografía pero también estamos trabajando para que con los menos recursos hacer igual algo bonito. Pero vemos que nosotros trabajamos tanto para entregar lo mejor y aún nos cuesta tanto que la gente crea en el canal regional, la gente como cliente, para que publicite, porque el cliente si necesita ayuda está el canal, si necesita ayuda, si necesita informar, si necesita denunciar está el canal, pero la empresa en general cuesta para que apoye publicitariamente. Para todo lo que sea proyecto y necesitan difusión porque tienen que adjuntar una carta ahí estamos los canales, siempre los canales...se ganaron el proyecto y te dice páselo, páselo y usted véndalo y no lo vendes, es difícil vender, es muy difícil, entonces nosotros pasamos a lo mejor algo gratuito entrecomillas, porque igual nos sirve para rellenar, igual nos sirve para eso, pero en el fondo uno esta pasando un proyecto que se ganó otro la plata.

El otro reparo sería que las grandes campañas que hace el gobierno los fondos todos los pone en las cadenas nacionales y pide gratuidad en los canales locales y no te gasta publicidad en eso y si te gasta es la nada. Pero tú puedes ver por Internet los valores que se gastan por campaña del gobierno son altísimos, son millonarios, peor de esa plata ni siquiera 1 millón te llega para los canales locales, no te llega nada...te llega, te dicen esta es la campaña del Conace, pásenla –yo generalmente trato de no pasarla- pero igual antes llamo, llamo y llamo. Por último por si nos llega algo de plata y no llega, nos dicen “no sabe que lo dejamos a criterio de ustedes si deciden pasarlo”, esto le sirve a la gente entonces ¿qué es lo que hago?. Lo paso igual y no te llega plata. Ese es un gran reparo que yo tengo con...con la distribución de las platas, en la distribución en las radios nacionales toda la gente llega y te coloca, oye yo he visto que en radios de Talca o en radios en Santiago una frase te cuesta fácil 300 mil pesos, nosotros lo más que la vendemos es a 20 mil pesos cada una y ahí uno dice o sea ¿cómo tan caro, cómo tanto? Si nosotros como radio Ancoa llegamos prácticamente a toda la séptima región

Y usted como directora de canal 5 ¿a qué medidas recurre para combatir esta situación?

-Por eso nos agrupamos, en ARCATEL, así se llama nuestra asociación, por eso nos agrupamos porque como canal solo es imposible, yo te digo yo llevo años luchando en esto, yo en la empresa llevo 20 años. Y cuando nace Comunicaciones del Sur nosotros teníamos dos radios solamente – Ancoa y Ambrosio- y Ambrosio postuló a todo este asunto y llegamos a tener una empresa Comunicaciones del Sur, que acogía a radio Ambrosio y a Canal 5, después la radio se vendió y nos quedamos sólo con el Canal 5. Pero yo te digo, yo llevo años luchando por este tema, antes luchaba por la radio y por el canal, ahora sólo por el canal, pero como no llegamos a ni una parte solos nos agrupamos en ARCATEL y hay una oficina que está en Santiago donde se está tratando, donde se están reuniendo con diputados, con senadores, tratando de informar, tenemos un video corporativo que habla de todos los canales. Nosotros nos agrupamos dos veces al año y si hay algo extraordinario nos reunimos otra vez en Santiago, todos los directores de canales y dueños de canales nos reunimos y ahí empezamos a tratar nuestros asuntos

-Como por ejemplo:

-Primero, que la empresa privada crea en sus canales locales, las mismas empresas de acá.

Claro, porque si no confían primero las empresas de acá menos una empresa de afuera los va ayudar.

-Menos...las empresas grandes como La Polar, como Líder que no publicite todos sus fondos en los medios grandes, que también tome en cuenta a los medios locales.

Y usted desde que partió como directora ¿ha mejorado algo esta situación?

-Sí, ha mejorado. Bueno yo en realidad tengo relaciones comerciales con toda la gente, incluso yo he tenido campañas esporádicas con Espacio Urbano (el mini mall que tiene Linares) con Líder, con todas las grandes empresas...si ellos tienen que hacer algo local primero van a pedir que se los hagas gratis, porque como es una marca nacional que ellos aparezcan en nuestro canal es un favor que nos hacen ellos a nosotros, entonces ese es el concepto que hay que cambiar. Yo no comparto con eso y no se pasa y no se pasa no más, yo no estoy ni ahí si se enojó el cliente, yo sé que me van a seguir buscando porque les interesa a ellos estar en nuestro canal, porque es el canal que se ve en Linares, así es que al final igual mantenemos buenas relaciones.

Y la publicidad que tienen en su mayoría ¿es del comercio local?

-Regional, está por ejemplo multihogar, multicentro, Germani, que son todas empresas regionales, peor también tenemos nacionales como Corona o Dijon, pero ellos te contratan de forma esporádica, hemos tenidos hasta Banco Estado, cuando llega la cuenta de Banco Estado nos arregla hasta por tres meses.

6. ENTREVISTA A EDITOR GENERAL DE CANAL 30 DE SAN JAVIER, ALEXIS ENRIQUE BERRÍOS VILLAR

¿Hace cuántos años que existe el canal en el que trabaja?

-El canal existe hace siete años

¿Cuál es su cargo y hace cuánto lo ejerce?

- Director general y de programas. Estoy haciendo este trabajo desde hace casi un año. Nadie ha estado tanto tiempo en un puesto, porque el niño que estaba antes que era director también tampoco alcanzó a estar el año.

¿Por qué se da eso?

-Por la gerencia...la parte de gerencia generaba problemas

¿Este canal siempre ha emitido por cable?

-Sí. El canal siempre ha emitido por cable, pertenece a una empresa de televisión por cable que se llama televisión Cable Loncomilla.

¿Cuántas personas trabajan en el canal?

-Mm.....contándolas una por una...hay 9 técnicos, 8 que trabajamos netamente en televisión, 3 administrativos, 5 vendedoras y 2 personas que se encargan de los cobros de la compañía de cable. En total son 27 personas. Pero en Maule (la comuna) está la empresa Multicom Maule que también cubre noticias de ese sector y de Talca. Ahí trabaja 1 periodista, 1 camarógrafo y un editor que nos envían tres notas al día, para el noticiario de la noche. La idea es que de aquí a fin de año el canal cubra todo Talca.

¿El financiamiento es por publicidad, fondos concursables, apoyo estatal o municipal?

-El financiamiento es en su totalidad por publicidad. Una vez -años atrás- el canal se ganó un Fondart, para realizar el programa Tierra Maulina.

¿Qué apprehensiones tiene en torno al actual sistema de televisión en Chile?

-Mm...apprehensiones en torno al actual sistema de televisión. Yo pienso que nosotros como canal -en la región- encuentro que estamos bien situados, por que a diferencia de otros canales -en Talca, Telecanal; en Conti, Contivisión; en Linares, Canal 5- la calidad de programas que creamos nosotros son de mucha más, de mejor calidad que los de Linares.

O sea, sin desmerecer tampoco que... yo he visto programas de allá y son buenos también, peor lo que pasa es que son muy pocas las personas que trabajan allá como para entregar un producto de buena calidad.

¿Cómo definiría a un medio de televisión local?

-Lo definiría como un espacio donde se puede entregar una información a la comunidad, entregando un servicio a la comunidad, a la sociedad, y como entretenimiento también, solamente local porque en realidad la gente cuando ve el canal, o sea mi percepción de los años que yo no trabajé aquí y que lo veía desde afuera y como lo veo en este momento desde ahora trabajando es que es para la comunidad. Porque nadie va a ver el canal para decir ¡oh! que está bueno el programa, sino que lo ven porque dicen “oye apareció este sujeto el otro día” o porque el que está haciendo el programa es chistoso y todos se acuerdan de él.

Entonces tu concepto de televisión local tiene que ver netamente con el alcance geográfico

- Claro. Bueno, nosotros tenemos un alcance que empieza en Villa Alegre...bueno la casa matriz es San Javier, de acá es de donde sale toda la señal. Entonces es Villa Alegre, San Javier, Maule y Talca.

Y tenemos una audiencia que son...unos dos mil abonados, que de esos dos mil abonados tenemos que sacar que no siempre es un televisor por casa, que son dos o tres televisores por casa.

Nosotros vemos el nivel de audiencia a través de esos dos mil abonados. Y como para medir —el “people meeter” de acá— lo vemos por la cantidad de llamados de todos los programas que se hacen acá en el canal. La cualidad es de todos la misma, que todos tienen un teléfono abierto. Entonces nosotros ahí podemos lograr ver la audiencia que tenemos. Y lo otro, que la gente al tener el programa al aire donde haya un premio siempre se va a interesar.

Un enganche

-Ahora mismo vamos a hacer el matinal y no hay premio. No va a llamar nadie, yo sé que no va a llamar nadie. Entonces es harta la diferencia cuando es un programa que tiene premios o si es un programa político ahí ya es otra cosa porque ahí hay gente que lo ve.

¿Qué opinión tiene de la actual situación de la televisión local?

-Mm...de que cuesta, cuesta. Cuesta mantener un canal local. Quizás igual serviría hartito tener una grilla que cubra todo el día, que sea una transmisión diaria totalmente, que parta de las nueve de la mañana hasta las once y media de la noche. Pero yo creo que con el apoyo del Estado se podría realizar, porque lo que nos pasa a nosotros es que no podemos transmitir todo el día si no tenemos auspicio para los programas.

Y con relación a las temáticas que toca la televisión local

-Bueno, como canal en particular, en realidad se supone que de marzo en adelante va a haber un reacondicionamiento de todos los programas y de todo el canal. Entonces la idea es ir de a poco tratar de llegar hasta...desde las nueve de la mañana hasta las once de la noche con programación. Entonces de a poco ir llenando los espacios.

¿Cuántas horas transmiten actualmente?

-Hasta los últimos días del 2009 era desde las tres de la tarde hasta las once y media de la noche. En la mañana, nada. Porque era, se empezaba con Nova sur, un programa educativo...eh, Nova sur, después seguía música y después como un matinal que se hacía en la tarde, que se llamaba En la tarde mucho mejor y después seguía una película. Y después de eso no había nada, porque había que esperar hasta las nueve y media que empezara el noticiero y a las diez seguía un programa que se hacía acá y después estaba la repetición del noticiero y cerrábamos la programación hasta las tres de la tarde del otro día. Eso era lunes, miércoles y viernes y lo demás eran puras películas.

¿Qué se debería mejorar por parte del gobierno?

-Lo que dijo el hijo de Piñera, que sí –cuando vino al matinal- dijo que iba a haber una ayuda para los canales locales, pero eso es lo que dijo él...del dicho al hecho hay ya...harto.

Pero, ¿has escuchado alguna promesa de campaña en la televisión?

-No, no hay ninguno. No he escuchado ninguna declaración que “yo voy a ayudar a los canales locales”.

¿Qué opina de la normativa legal que rige a la televisión en Chile?

-Conozco un poco la normativa, lo que pide el consejo, que dentro de la grilla haya un programa cultural que tiene que ser obligación. Yo encuentro que está bien tener como un hilo conductor para un canal, porque que sería algo como bien como desordenado, como que no tendría ni pies ni cabeza. Para instalar un canal uno colocaría cuestiones a la hora que quisiera, no tendría ni una norma como sea... a las tres de la tarde no poder colocar un película para mayores de 18 años, ¡o sea!

Estás de acuerdo entonces con la normativa que rige la televisión actual

-Sí.

¿Qué sabe de la televisión digital?

-Que va a cambiar la norma, que lo que transmitíamos antes en una señal...ahora en un frecuencia vamos a transmitir 5, vamos a poder repartir –como quien dice- el canal en 5 partes...Mm vamos a poder tener un canal de deportes, un canal de cultura, un canal de noticias.

¿Cree que la televisión digital será un aliciente para el desarrollo de la televisión local en Chile?

-En estos momentos no. No creo que sea un aporte, porque nos va a costar mucho adaptarnos a ese tipo de televisión. Bueno, para nosotros va a haber más trabajo, para los que trabajamos en televisión, pero se va a ganar menos, porque como va a haber tanta competencia.

Yo creo que le va a costar un poco al chileno adaptarse a la nueva televisión, porque va a ser un cambio muy brusco. Yo creo que va a ser lo mismo que cuando se cambió del blanco y negro al color.

Igual el cambio es mayor para la televisión abierta, la gente no va a entender nada cuando tenga que comprar una cajita para poder ver televisión.

¿Conoce las ventajas del nuevo sistema de televisión?

-Lo que saben todos, que vamos a tener más canales, más variedad, que va a ser un enlace directo con el espectador, vamos a poder ver mejor calidad de televisión, que es importante.

¿Qué temores tiene como canal frente a la TDT?

-Yo creo que el mayor temor –como es un canal que emite netamente por cable- es que la gente empiece a adquirir otros servicios de televisión cable operadores, de otras empresas que van a entregar la calidad HD y digital antes que nosotros. Porque nosotros igual tenemos que pasar por una reconstrucción de la señal para convertirnos en digital y yo creo que cuando ocurra eso los precios no van a estar tan lanzados como ahora, sino que van a estar mínimos porque la competencia va a ser tan fuerte, entonces el canal se va a ver un poco solito al lado de toda esa competencia porque el televisión cable vale –un supuesto- 15 mil pesos y el otro a 19 o 20 mil pesos pero va a tener calidad HD y para que la gente va a seguir viendo el canal local? Para las copuchas más que nada o puede que la gente se quede con el canal, pero yo creo que por ese lado el canal va a estar como perdiendo.

¿Cree que las televisoras locales deberían cambiar o transformar sus contenidos?

-Yo creo que vamos a tener que separar, no en cuanto a cultura y deporte,

sino como en un comienzo, separar los programas que son informativos de los que son misceláneos, de entretenimiento. También está conversado incluir otras temáticas

¿Cuáles cree que son los desafíos que se vienen para las televisoras locales con el nuevo sistema de televisión digital?

-La idea es ir innovando con nuevos programas, con ayudas a la comuna, a las comunas que llegamos, tocando temas más interesantes para no perder a la audiencia, la idea es ganar más audiencia.

Y en el tema tecnológico

-La idea es tener más cámaras nuevas, para que la gente vea una imagen más limpia, porque igual las cámaras que tenemos nosotros están medias viejas, medias maltratadas. Trabajar con cámaras nuevas y que la audiencia no nos deje.

Para mí es bueno lo de la televisión digital, porque para un audiovisual la diferencia se nota. Es un agrado en realidad la mejora, el cambio, y yo creo que a la gente le va a gustar. Le va a costar un poco y por los precios, pero al final la calidad de la imagen va a compensar los precios y además después bajan y la gente se acostumbra.

7. ENTREVISTA A DIRECTOR DE CANAL 39 DE LA PINTANA, GASTÓN MUÑOZ

¿Hace cuántos años que existe el canal en el que trabaja?

-El canal existe hace más de tres años.

¿Cuál es su cargo y hace cuánto lo ejerce?

-Director general.

¿Este canal siempre ha emitido por cable?

-El canal emite por señal abierta, por la señal 39 en la banda UHF.

¿Cuántas personas trabajan en el canal?

-Trabajan 14 personas a cargo netamente del canal.

¿El financiamiento es por publicidad, fondos concursables, apoyo estatal o municipal?

-El financiamiento es municipal.

-Pero yo partiría por decirte lo siguiente: hay pocos estudios acerca de televisión local y hay como 3 tipos de televisión local, eso es importante tenerlo en cuenta. Uno que es la televisión comunitaria, la televisión comunitaria parte del esfuerzo que hacen algunas organizaciones sociales para tener alguna señal abierta que pueda transmitir para un determinado lugar, la más emblemática es el 3 de La Victoria es como el símbolo porque lleva muchos años transmitiendo y en general este grupo de televisoras locales comunitarias, deben ser unas 20 ó 25, cumplen con estas características – porque son alrededor de 120 canales locales - . Después hay una buena cantidad de canales que tienen que ver con las señales de televisión por cable, ese es el número más grande que tenemos y existen alrededor de 12 municipios que tienen televisión, que sería como el tercer grupo de televisión local. De esos municipios que tienen televisión local hay de 2 características, la banda a través de la cual se transmite la televisión es la VHF y la UHF, nosotros estamos en la banda UHF y los canales abiertos transmiten en VHF.

El año 2000 el presidente Ricardo Lagos sacó un decreto de ley que congeló la banda UHF entonces desde el 2000 no hay asignación de frecuencia, entonces que es lo que ocurre, la parte de los municipios que tiene legalmente autorizaciones son de antes del 2000 y nosotros salimos después del 2000 por eso decimos que somos legales no ilegales. Se supone que después todos los canales van a emigrar, los canales digitales, a esta banda entonces cuando ellos hagan la migración nosotros vamos a

salir de ahí y postularemos a alguna señal digital de acuerdo a las normas que salga la ley, por lo tanto pertenecemos a este tercer grupo, por eso te quería precisar.

La situación en que se encuentran

-claro, porque tienen características distintas. En el sentido que la televisión comunitaria mejora bastante los contenidos de la televisión, pero en qué sentido, en su programación busca entregar a la población contenidos diferentes a los que entrega la televisión abierta. O sea tú tienes cine arte que pasa por esos canales, en cambio la farándula y la crónica roja son el fuerte de la televisión abierta, entonces estos canales tratan de hacer una cosa diferente, pero su calidad es mala porque son de entidades comunitarias, entonces estos mejoran el tema de los contenidos pero tienen mala señal, después está el tema de los canales por cable que mejoran la calidad pero no los contenidos, porque también se tiene que financiar y por lo tanto tienen que parecerse un poco a la televisión abierta para financiarse. Y la televisión municipal, que tiene financiamiento, por lo tanto, puede mejorar calidad de contenido y transmisión, porque estamos financiados por el municipio.

Que es el caso del canal 39

-claro. Esto es un programa municipal, por lo tanto, trabajamos con 14 personas que son pagadas por el municipio, entonces no necesitamos de auspiciadores porque estamos financiados.

Ahí se dan las condiciones para mejorar tanto en calidad de señal como contenido.

-Claro.

Pero, ¿qué pasa con la línea editorial?

-La línea editorial la fija obviamente el alcalde, entonces el gran temor cuando se abrió toda la discusión de la ley sobre la televisión digital – nosotros estábamos solicitando que se entregara una asistencia nacional a los municipios- existe esa aprehensión por parte del legislador que va a ser “el canal del alcalde” y nosotros decimos que no, evidentemente que se da, pero no en este caso. El alcalde en ese sentido tenía la película bien clara y la línea editorial tenía que incluir ciertos elementos obligatorios por decirlo de alguna forma, pero el alcalde no iba a estar sobre el canal definiendo qué es lo que sale y qué es lo que no sale, hay cierta independencia. Entonces se definió una línea editorial, bueno este canal va a ser un canal primero comunitario, o sea como incorporamos a la comunidad a hacerse parte de este canal, segundo iba a ser un canal educativo, por lo tanto esos contenidos tenían que enfocarse en la

educación de La Pintana, y tercero que ayude a construir la identidad pintanina. Entonces todos los contenidos tenían que apuntar a esas tres líneas digamos.

El tema de la identidad es sumamente relevante para la televisión local, porque la televisión local que está inserta en una determinada localidad tiene que entregar contenidos que respondan a las características de esa localidad. En el caso de La Pintana, una buena parte de la población de La Pintana, es gente que viene de otros lugares. Aquí tenemos nosotros, el primer poblamiento está hecho por tomas de terreno que formaron las primeras poblaciones, y después tenemos otro sector que fue producto de unas erradicaciones forzosas que se hicieron en tiempos de Pinochet del barrio alto, era gente de La Condes que vivía en campamentos y que trajeron a este sector. Entonces aquí hay una mezcla de identidades, aquí hay gente de muchas partes y la gente que llega siempre se acuerda de donde viene entonces se agrupan con la gente que venía del mismo sector que ellos, así que por lo mismo hay que ir cultivando la identidad del sector de La Pintana en general, esta es una comuna joven y se ha ido construyendo el tema de esa identidad. Porque hasta hoy la gente le si le pregunta donde vive dice en Santa Rosa en el paradero tanto, no dice que viene de La Pintana, porque la gente ha sido muy discriminada. En los currículum la gente no le pone que viene de La Pintana porque puede que sólo por eso no la dejen.

¿Y cómo lo hacen para armar una línea editorial que refleje una identidad que no está bien forjada?

-Hemos hecho hartas cosas, uno hemos rescatado el lado histórico, por ejemplo se hace un programa como documental que se va a las poblaciones y se conversa con la gente para ver cómo llegaron a vivir a este sector, que cuente su historia, entonces eso va generando un tema de identidad importante. Además hay historias súper bonitas, por ejemplo aquí hay una población que se llama Gutemberg, entonces cuando tu vas a conversar con ellos y resulta que eran todos linotipistas, por lo tanto es gente que (...) los linotipistas en su tiempo eran gente muy culta porque para hacer las letras tenían que leer, entonces es gente que tiene una relación con el conocimiento distinta, súper interesante. Entonces te encuentras con esas historias, es bonito. Hay otras historias, por ejemplo de este programa que se desarrolla a nivel nacional de recuperación de barrios, entonces en uno de los barrios que se está interviniendo se hizo también para el canal una historia digamos de ello y la toma de terreno era cercana y había una piedra y ellos quisieron traerla a su nueva población y fue un lío, porque para conseguirse una grúa que trajera la piedra y etc. Y por qué era tan importante para ellos como le llamaban la piedra feliz o la piedra del amor (...) los adultos mayores lloraban por la piedra porque ahí era donde cuando adolescentes se habían dado los primeros besos, habían pololeado, era como el lugar de los romances para todos y la trajeron y está en la población donde viven ahora.

Entonces el canal te posibilita eso, de conocer todas estas historias porque se va a ir produciendo una identificación, la gente va a decir a nosotros nos pasó esta otra cosa. Entonces los sectores que tienen historia, que son de tomas de terrenos, etc., te van contando y eso tú lo vas recuperando y lo pasas por el canal. Eso en cuanto a identidad.

Lo de educación, por ejemplo, nosotros el año pasado hicimos un concurso de conocimiento con educación sobre –tenemos un museo súper bonito de iniciación a la ciencia- entonces ahí hay un ramo también que es iniciación a la ciencia, entonces esa fue la base, los contenidos de ese ramo para que concursaran los ocho colegios municipales –digamos- en el tema. Y eso contó con los cursos, con barras, los típicos programas que se hacen y la gente los ve, porque claro uno quiere ver a sus hijos, cómo respondieron, cómo se portaron, cual fue el comportamiento. Entonces eso hace que el canal tenga cierta audiencia.

Claro, porque hay una conexión directa entre los contenidos que se muestran y la gente que lo ve.

-Exacto.

¿Y el alcance geográfico incluye toda La Pintana solamente, no hay sectores aledaños que también vean el canal?

-Las comunas aledañas, y ahora por rebote también lo ven en Peñalolén, incluso en el centro de Santiago –en edificios altos- tú puedes tomarlo, pero es por rebote de la onda.

Don Gastón, pasando un poco a la televisión en general, cómo funciona el sistema de la televisión en Chile ¿qué apprehensiones tiene usted en torno a eso? (pregunta 6)

-En la medida en que nosotros nos hemos encontrado con este tema, el cuento es que primero la evaluación de la televisión abierta, excluyendo la televisión por cable que tiene otro tipo de programación, la televisión abierta en Chile –en mi opinión- es mala en cuanto a sus contenidos –me entiendes- creo que no refleja efectivamente lo que debiera ser. La televisión tiene que tener entretención, pero también tiene que tener, tiene que educar, tiene que contribuir a forjar la identidad chilena. La televisión chilena ha contribuido a generar eso, la televisión ha mostrado esta franja que es Chile, digamos de Arica a Punta arenas, es la televisión la que ha mostrado eso, como somos los chilenos, eso ha sido una contribución de la televisión y es valorable. Sin embargo, si tú lo bajas de ese logro ahí la televisión no ha cumplido en ningún término en destacar el tema de las regiones. Ponte tú, aquí ves la televisión abierta y parece que fuera Santiago, porque pasan los crímenes, el asalto tanto, de la casa tanto (...) entonces eso a uno qué le importa, no tiene nada que ver con el resto. Lo mismo que pasa en Concepción, ahí televisiónN tiene un gran proyecto de

construir una cosa regional potente, pero también pasa lo mismo y se centra sólo en Concepción y qué pasa con las comunas aledañas, Cabrero. O sea la noticia, en la octava región lo relevante es Concepción.

Claro, pasa más o menos lo mismo.

-Exacto. Y los demás se enojan, Cabrero, Santa Juana, etc.....

Entonces postula usted que debería considerarse particularmente el tema de las televisoras regionales y locales

-Es fundamental que la nueva ley te contemple la televisión local y regional en su contenido y en su forma –digamos- de tener acceso a ella, o sea mira, mucho se discutió sobre el tema de la norma que se definió y da lo mismo, o sea el tema de la norma de la televisión digital da lo mismo (...) o sea puntos más puntos menos, hay detrás un gran negocio, al margen de que las tecnologías tienden a unirse porque claro, la alta definición –que era la norteamericana- te colocaba fuera de posibilidades inmediatamente a los chicos –por decirlo de alguna manera-, porque la alta definición que ellos proponían requiere de equipos más caros y eso te podía dejar fuera del negocio a una buena cantidad de competidores y por eso es que en general la televisión abierta estaba más por la norma norteamericana

Para no tener competencia

-Claro. Entonces vieron la europea y la japonesa y lo que hacen –digamos- es que no es tan bueno como la alta definición norteamericana, pero es muchísimo más buena que la análoga, o sea. La gracia es que los equipos son más baratos y que puedes ir recibiendo en los celulares, los vehículos, en movimiento, etc. O sea tienen otras características que hacen que la puedas masificar horizontalmente, porque no requiere de equipos de tan alta definición. Al margen de eso y las tecnologías apuntan a ir homogeneizando las cosas, el tema de fondo es cómo yo reparto el espectro radioeléctrico, cuáles son los principios, lo que yo quiero mantener y qué tipo de televisión quiero, porque aquí no se está discutiendo qué tipo de televisión quiero hacer, se está discutiendo con qué norma. La norma da lo mismo, el tema es qué televisión yo quiero para Chile.

Entonces la propuesta que hacíamos nosotros como Asociación Chilena de Municipalidades, cuando el alcalde presidía en este tema, era que deberían quedar –porque no vamos a tener un problema de frecuencia- o sea la gracia de la televisión digital es que en los 6 mega Hertz tú puedes transmitir cuatro canales, o sea hoy el 7 digamos en digital es el 7, en digital podría ser el deporte, el 7 cultura, o sea cuatro canales que irían por ese espacio, por lo tanto si tenemos 30, del 30 al 60 en UHF, o sea puedo ampliar dependiendo de la franja que le vamos a poner en UHF todo multiplicarlo por cuatro, por lo que no va a haber un problema de espacio para poder tener a toda la televisión, como hoy que tienes 7, 9, 11 y 13.

Y en ese sentido, como se amplían tanto el espectro y las posibilidades de incluir nuevos canales, el espacio para incluir emitir otro tipo de contenidos es evidentemente mucho mayor, de acuerdo a eso el canal de La Pintana y la televisión local general... ¿qué piensa usted, qué contenidos se deberían incluir? ¿Hay algún desafío de generar nuevos contenidos que puedan llenar esos espacios?

-Por supuesto. Uno yo creo que la televisión digital es fundamental para rescatar las distintas riquezas culturales que existen en las distintas regiones del país. Ya está la experiencia, por ejemplo, de la televisión que existe en Punta Arenas, ahí hay un canal regional que el 40% de la audiencia es para el noticiero de ese canal y después los sigue televisiónN con un 17%, entonces está claramente establecido que la gente se informa a través del canal regional. Si ya eso es así, obviamente está demostrando que la gente quiere el desarrollo de la televisión regional.

¿Cómo definiría a un medio de televisión local?

Yo creo que es una oportunidad. En términos digitales, la televisión local es una oportunidad, por la televisión local va a reflejar la vivencia de un territorio determinado, porque qué es lo que define la televisión local –digamos– no es sólo un espacio geográfico, o sea yo puedo tener un espacio geográfico para poder transmitir televisión, pero si no reflejo los contenidos de ese territorio no es televisión local. Entonces el cuento es que para poder ser televisión local yo tengo que tener contenidos locales.

Ahora el tema es que con la televisión digital no va a tener digamos –en nuestra opinión– problemas con la asignación de frecuencias, deberían los municipios tener todos la posibilidad de contar con una televisora local, porque te acerca a la comunidad, o sea tiene una serie de elementos beneficiosos para los habitantes de ese territorio

¿Qué opinión tiene de la actual situación de la televisión local?

Vamos a ver como sale la ley, o sea el gobierno ha dicho que va a apoyar la televisión regional y local, entonces no sólo está la asignación de recursos frecuencia que me van a dar, sino que también como yo financio el desarrollo de esa televisión. La ley tiene que establecer eso, en el sentido de que –hay países por ejemplo que a toda la televisión por cable que te cobran, entonces los tipos te piden un dólar por cada abonado a un fondo común de desarrollo de la televisión local y regional. Entonces hay distintas formas viste, hay formas, porque lo que está claro es que tú tienes que apoyar el desarrollo de la televisión local con recursos porque si no es letra muerta, o sea tienes la posibilidad pero no la vas a implementar nunca porque tú vas a competir en la franja publicitaria con la televisión abierta y los más grandes, entonces eso tiene que ser parte de una forma que el Estado apoye el desarrollo de la televisión local y regional. Por eso cuando

yo planteo que hay que darle la posibilidad a todas las comunas, a los municipios, de poder hacerlo, porque los municipios perfectamente pueden financiarlo como un actividad más de su gestión ¿me entiendes? Entonces si lo hacen así esas televisiones no tendrían problema, ahora no es lo único que hay que desarrollar y por ejemplo ahí con la nueva ley se va a tener que ver porque nosotros tenemos una televisión pública entrecomillas – televisión nacional- ahora eso también hay que evaluarlo, eso ya lleva bastante años la ley, se cumplió o no con ser televisión pública, eso va a haber que dictarlo con la ley y con esa misma tendencia tú puedes sacar una legislación respecto a los canales locales y a los canales municipales de establecer la forma en que se garantiza que todos los sectores estén expresados, porque ahí hay cosas y lo tenemos como experiencia, en la medida en que el alcalde no está en todas la gente dice “este es el canal del alcalde”, porque nadie va a querer ver eso. Nosotros por ejemplo ahora que hubieron hace poco elecciones, nosotros invitamos a todos los candidatos a que dijeran porqué la gente de La Pintana debía votar por ellos, se les dio el espacio entonces eso demuestra la pluralidad del canal y al momento de pedir ayuda, te ayudan porque reconocen que se les dio el espacio.

¿Cree usted que hay una posibilidad real de incluir y apoyar a la televisión local por parte del gobierno?

-Eso va a depender de cómo salga la ley, que se está discutiendo en el parlamento, entonces el gobierno –por lo que nosotros hemos conversado con el subsecretario de telecomunicaciones- él está por desarrollar la televisión local y regional, pero como ocurre mucho en este país, entra una ley y en la discusión sale otra cosa diferente a la inicial y además está el tema del reglamento de la ley que puede demorar quizás mucho tiempo más entonces para aplicarla ahí. Pero por lo que hemos conversado con el gobierno supuestamente el 40% de la banda disponible debiera ser para canales locales y regionales –lo que nos parece bien- ahora si la ley va a ser un 10 y un 90 % sería otra cosa, sería distinto, pero existe la posibilidad de que efectivamente haya un desarrollo de la Televisión Local y que trate también la forma de cómo lo financio el tema, porque si no vienen formas de financiamiento y yo lo tiro al mercado no hay ninguna posibilidad de desarrollo de la Televisión Local y regional. Tiene que haber un apoyo por parte del Estado para que se puedan desarrollar contenidos distintos, con valores distintos.

En este país, en todas las regiones, hay una riqueza cultural enorme, pero desconocida. Este tema de la televisión regional tiene mucho que ver con esto que estábamos hablando de la identidad, de lo que entrego, de cómo educo a través de la televisión. En este país no hay televisión educativa.

¿Qué temores tiene como director de canal frente a la TDT?

-No tengo temor ah! Por dos razones: uno, porque como te reitero creo que es una oportunidad, ya que el espacio va a tener que ser repartido de una forma distinta –yo espero que sea mucho más equitativo de lo que tenemos hoy- de partida. Segundo, desde el punto de vista de lo que los legisladores aprueben yo creo que la ciudadanía tiene que conocer mucho más, de decirle –y eso también lo hacemos- mire esta fue la votación que tuvo tal ley o sea, por lo menos de lo que se refiere acá a la comunidad y sepa qué votó el diputado que nos representa frente a determinadas leyes, para que se conozca eso. Y lo otro es que –tal vez la afirmación que voy a hacer suene un poco rara pero- mire yo creo que el gobierno de la presidenta Bachelet que planteó un gobierno ciudadano que quizás se anduvo excediendo y no generó lo que propiamente tal se considera un gobierno ciudadano sí generó un fenómeno es que hoy la gente está como mucho más posesionada de sus derechos. Hoy la gente reclama más. Yo creo que el gobierno ha logrado varias cosas. A ver nosotros transmitimos de forma ilegal, pero no de forma ilegítima, o sea dos temas te fijas. Nosotros siempre hablamos de la legitimidad, que algo sea legítimo –que el canal y sus transmisiones sean legítimas- significa que la gente lo tomó como algo suyo y lo considera positivo.

Si la ley que va a establecer todo el sistema digital y la norma y el funcionamiento etc. Nos excluyera yo creo que la gente perfectamente nos reconocería como algo que hay que defender y por lo que hay que luchar, porque si la gente piensa que uno está por la línea correcta no tiene por qué la ley de la televisión digital quitártelo, te fijas, al contrario, tiene que incluirte.

Y dentro de esta inclusión que pueda representar la llegada de la televisión digital para las televisoras locales en Chile ¿Qué desafíos tiene el *Canal 39* de La Pintana?

-De partida queremos tener asignada una frecuencia legalmente, eso es lo primero. Segundo del punto de vista del costo, va a significar un costo que esperamos poder absorberlo, porque a ver nosotros tenemos una serie de cosas digitales, tenemos cámaras digitales, pero ya vamos a tener que cambiar el transmisor y eso pasarlo a digital (...) no sé cuánto va a ser el costo de esto (...) eso ya va a ser una inversión importante y eso es un peligro, que fuera demasiado y en realidad no pudiéramos concretarlo.

En el tema de los contenidos yo creo que no hay muchos problemas porque tú tienes editoras digitales, cámaras digitales, tú estás trabajando ya lo digital, porque cuando nosotros compramos ya los equipamiento todo lo hicimos digital o sea para allá iba la cosa no sacábamos nada con comprar una cosa análoga. Y nosotros nos ganamos –fíjate la contradicción, nosotros por la situación que tenemos no podemos postular a los fondos del gobierno- y sin embargo postulamos a la comunidad económica europea y nos ganamos 40 mil euros, que no es tanta plata, pero sí era importante para nosotros, con eso nos compramos las cámaras y el

equipamiento. Lo ganamos por un proyecto, era un programa y había que hacer una encuesta y la encuesta nos daba bastante buena sintonía digamos, entonces en ese sentido ellos quedaron bastante conformes y nosotros también, porque se plantearon el tema de cuánto era recordado el canal y la gente lo recordaba, éramos más vistos en unos sectores que otros pero era porque llegábamos más entonces tuvimos que cambiar la señal, la antena para mejorar en ese sector.

Y ¿van a incluir más temáticas dentro de los contenidos que transmite el canal?

-Mm....nosotros tenemos temas que están pendientes, que no las hemos hecho por tiempo, por cosas, pero hay temas que queremos hacerlo como contenidos locales pero de difusión nacional, por lo menos –nosotros igual tenemos contactos con otros canales y les pasamos material por si quieren pasarlo y eso- es en temáticas que estamos débiles. El mundo mapuche, nosotros tenemos una población importante acá, siete organizaciones mapuche acá en la comuna. Entonces la idea es hacer reportajes para mostrar cómo es para una etnia que tiene toda su cultura en torno a la tierra traerla a vivir a una casita de 80 metros cuadrados. O sea toda su cosmovisión tiene que ver con la pachamama y todo el tema, entonces qué hace acá...entonces ese choque cultural cómo lo vivieron los mapuches de La Pintana.

Y lo otro que te decía es que hay temáticas que si bien son nacionales, acá son más golpeadoras, como el embarazo adolescente que es un tema recurrente (...) a mi me ha tocado escuchar por ejemplo que como yo recibo audiencia en la municipalidad escuchar a alguien que te diga “sabe: lo que pasa es que yo no tenía nada”...entonces pensar en tener un hijo porque no tenía nada me parece dramático. Esos son temas que pensamos tocar más, darles el espacio dentro de los contenidos, tenerlos más presentes. Y después hay otras cosas que también quisiéramos hacer y hemos hecho, pero no como hemos querido, que es incluir bandas musicales de afuera con grupos culturales de acá y nosotros vamos y los grabamos y después los pasábamos por el canal. Hemos traído grupos, en rigor han sido alianzas con grupos de acá y los tipos vienen, hacen una portada, se juntan y nosotros todo eso lo grabamos y después lo pasamos (...) se llama erradicación cultural ese programa. Y después está el tema de las tribus urbanas, nosotros tenemos más de catorce tribus urbanas acá y que la gente las conoce –yo no las conocía-. Un día llegó un cabrito que trabaja en la municipalidad, en la parte de computación, para pedirme el salón para hacer un mes del animé y no sabía nada, no lo conocía –y me asesoré y el consejo que me dieron fue “asegúrate que no sean porno” ese fue el consejo- y yo pregunté y me dijeron que no y durante cuatro sábados hicieron el festival de animé y llegaban muchos vestidos como los monitos animados y todos de La Pintana, más de 100 llegaban todos los sábados y efectivamente fue un éxito total y uno no pensaría, o sea de donde vamos a sacar 100 anime acá, pero la televisión local se comienza a relacionar y tú

tienes llegadas a ese grupo y no cualquiera lo tiene. De hecho hay varios sectores marginales que ven a la institución como su enemigo, o sea la municipalidad es enemigo de ellos

¿En teoría qué falta para desarrollar la Televisión Local?

-Una decisión política, si eso es, que alguien tome la decisión.
-de ser inclusivo con las televisoras locales
-obvio, obvio, con la televisión digital y la ley que vamos a sacar hoy tenemos para 40 o 50 años más, en eso vamos a estar todos muertos, por lo menos yo voy a estar muerto, entonces el tema es que esa legislación tiene que tener eso sino no lo tiene no va a permitir el desarrollo, pero es una decisión política, por eso te digo ni la norma ni (...) no es una decisión política. Yo quiero que las televisoras locales y regionales se desarrollen y quiero tener una televisión pública de tales características y entonces si tengo que pasarle plata al canal público le pasaré, para que no tenga que hacer la misma teleserie que el otro y competir con eso, para que no esté peleando por los auspicios, para tener los números en azul como se dice. Y formulas hay, es cosa de ver los otros países nada mas, Inglaterra, que se yo, se va a tener que encontrar lo forma. Pero es una decisión política, es lo que va a determinar finalmente qué tipo de televisión tengo y ahí los intereses son muy grandes.

8. ENTREVISTA A MANUEL PALMA, DIRECTOR EJECUTIVO Y PROPIETARIO DEL CANAL TELEVISIÓN COLCHAGUA Y A SERGIO PALMA, EDITOR Y DIRECTOR DEL CANAL

¿Hace cuánto comenzó el canal?

-Como canal hace 13 años que existe, este último tiempo mí hermano trabaja solo, pues Santa Cruz es una ciudad con muy pocos habitantes, no más de 5 mil abonados por lo tanto no es muy rentable. Mi hermano hace de camarógrafo, editor y programador del canal y eso es muy común en el cable. Cuando comenzamos teníamos estudios, arrendamos una casa y teníamos periodistas, pero hoy tenemos una buena cámara y un buen camarógrafo y tenemos suficiente. El hace todos los spot, antes fuimos corresponsales de *Canal 13*, pero no era muy rentable, por lo tanto lo desechamos. En un principio fuimos los primeros, en el año 1993, comenzamos grabando matrimonios, empezamos con el tema de grabar en VHS, pero finalmente invertimos en tecnología digital. Sin embargo, para recuperar esa inversión es muy difícil, uno tiene que competir mucho y algunas veces consigo mismo, porque hemos tratado de romper las barreras locales con empresas grandes, pero lamentablemente toda su publicidad está dirigida o colocada en canales de cobertura nacional. El gerente de medios de Nestlé me dijo que colocamos publicidad en programas que tengan más rating, pues a la larga el impacto que tiene en número de personas abarata los costos de la inversión. Lamentablemente uno es un poco quijotesco, mostrando lo que la gente de acá quiere ver, la apuesta turística, el incendio de la esquina, el turismo de las viñas o lo que es Santa Cruz.

¿Cómo surge el canal?

A través de una empresa particular que se llama Colchagua que es una empresa de cableoperadores, propiedad de un empresario de Chépica. Ese cable operador tiene 3 mil abonados, que se multiplican por el número de integrantes del grupo familiar. Nosotros creemos que tenemos una audiencia de 10 mil personas. Existe otro cable operador que es Semet, pero es de muy mala calidad y no ha tenido éxito.

¿Cómo se financian?

El tener un canal local es rentable siempre y cuando se tenga muy pocas personas trabajando, en este caso los costos son mínimos. La oficina está en mi casa, el set es la calle y yo cobró el 70 % de las cobranzas. Las grabaciones y las ediciones las hago yo, por lo tanto no tengo que pagarle el sueldo a nadie. No existen personas contratadas a parte de mi hermano quien hace de hombre orquesta y eso hace que subsista el canal. Sí se contratan personas para casos especiales donde hay topones de horario o

para actividades especiales que son contratadas por un cliente.

¿Su hermano es periodista o tiene alguna formación profesional?

No, es autodidacta, hizo un curso a distancia Teleduc y el curso se llamaba como hacer un video profesional, pero desde que tomas una cámara sin saber nada, haces el curso y te cambia radicalmente el tema.

¿Tienen programación definida?

No, sólo transmito noticias de distinta índole, desde una inauguración hasta un accidente de tránsito. Yo hago un máximo de dos noticias diarias. Si es algo muy importante lo tiro en vivo, pero casi siempre lo que hago hoy lo lanzo mañana. Antes corríamos mucho, teníamos programas, pero poco a poco nos hemos ido comprimiendo hasta llegar a una sola persona. Todo ello pues el canal necesita financiarse.

¿Cuánto dura la época en que funcionó como un verdadero canal?

Duramos cinco años, actualmente trabajamos con un sistema de memoria y repetición. Sólo se apaga cuando se tienen que cargar nuevas noticias. A veces imágenes fijas otras en movimiento.

¿Les fue imposible continuar?

Hicimos todo lo posible por prolongar nuestra época de oro, tratamos de hacer alianzas con *Art televisión* para el intercambio de material, fuimos y nos facilitó material, pero lamentablemente no llegamos a acuerdo, pues nos quería cobrar y no teníamos dinero. Hemos tratado de hacer cosas, se perdió mucho dinero en ese entonces y por ahora decidimos estar como estamos y mantener la señal.

¿Qué pasa con los proyectos concursables?

Yo por lo menos (Sergio) no voy a postular nunca más a un fondant. Las veces que lo he hecho me ha ido mal. Los Fondart son todos proyectos manipulables, son efecto de favores políticos y luego tienes que pagar esos favores políticos. Por ejemplo en el caso de Canal 13 dejamos la corresponsalía, pues era poco rentable ir a cubrir un accidente a 200 kilómetros de distancia en algunas ocasiones y luego volver como loco para despachar.

¿Y la municipalidad no los apoya?

Antiguamente cubríamos las actividades que hacía el municipio y ellos nos pagaban. Pero ahora el municipio creó un departamento audiovisual y ellos

nos mandan las imágenes y noticias ya elaboradas y nosotros les cobramos por la difusión. A la larga es mucho más rentable, de hecho es el doble de los que nos pagaban antes.

¿Qué aprensiones tiene en torno al actual sistema de televisión en Chile?

Yo creo que la televisión es cien por ciento empresarial, la televisión hoy pasa más por un tema de farándula, la cultura está muy ausente de la televisión. Lamentablemente hoy el país está como está socialmente por culpa de la televisión.

Pero, en términos generales y no de contenidos, ¿crees que el actual sistema de televisión por concesión margina a la televisión local?

Muchísimo, el que tiene canales locales en Chile son gente que tuvo un impulso de tener una cámara grabar matrimonios y luego saltar a un pequeño canal, es gente muy emprendedora que nace desde un hobby para luego crear un negocio. La televisión abierta compite con un rating y la televisión local no es nada al lado de ellos.

¿Qué opinión tiene de la actual Televisión Local?

Lamentablemente está muy alicaída, es muy necesario el apoyo gubernamental, pues la televisión local es fundamental para la identidad local. La televisión local es mucho más importante que la televisión abierta, ayudan al fortalecimiento de las comunas y se complementa con otros medios locales como la radio y los diarios de la comuna. La única falencia son los equipos tecnológicos y humanos que son difíciles de encontrar en una ciudad chica, pues la mayoría emigra a las grandes ciudades en busca de nuevas oportunidades.

¿Cuál debería ser el aporte del gobierno?

Creo que un subsidio a los empleados y a la tecnología sería ideal, ojala que pudiera ser un complemento entre el gobierno y la comunidad. Sin embargo, hoy te dicen que postule a un proyecto, postulas, llenas muchas páginas y finalmente nada.

¿Qué sabe de la digitalización de la televisión?

Lo último que sé es que se definió la norma, que habrá un mejor formato de imagen y audio y que obviamente tendremos varias vías de poder captarla y que llegará en muy buena definición. Pero creo que eso se hará sólo a nivel de Santiago. La información acerca del tema creo que es insuficiente, a lo que nos dedicamos a esto podemos averiguar, pero al común de la gente no se la ha formado al respecto.

¿Cree que la digitalización ayude al desarrollo de la Televisión Local?

No sé si influya directamente, pero por lo mismo necesitará más financiamiento. Se podrán crear más canales, pero el problema es cómo se proyectarán en el tiempo. Necesitan gente preparada. Hoy nosotros lo hacemos a ciegas, creemos que tenemos la razón, tal vez el día de mañana coloquemos una cámara en el centro y apuesto que nos verían, pues la gente necesita verse. Pero el hacer contenidos significa dinero, contratar profesionales y asesorarse. Hoy es inviable, por lo menos en Colchagua.

¿Conoce las ventajas del nuevo sistema de televisión digital?

No, sólo a nivel general, mejor calidad de imagen y sonido y que la gente tendrá que comprar decodificadores.

¿Qué ha escuchado de la interactividad?

Nada

¿Cómo se comunican con sus auditores?

A través del mail

¿Tiene algún temor frente a la televisión digital?

No le tememos a nada, feliz que hayan nuevas tecnologías, pero para hacerlo funcionar se necesita profesionales idóneos y por sobre todo plataforma comercial para justificar tal inversión.

¿Cree que las televisoras deban cambiar sus contenidos?

Al revés, creo que las deben fortalecer. Hoy las tevés locales se basan en que la gente quiere verse y eso no se logra en los canales nacionales. La televisión local sirve para sacar al aire locuras audiovisuales y proyectos nuevos, por lo tanto se debe respaldar.

¿Cuáles son los desafíos para la Televisión Local con el nuevo sistema?

Los desafíos son desde el entusiasmo y la creatividad. Las cosas cuando uno las hace las tiene que hacer bien

9. ENTREVISTA A DIRECTOR DE TV8, PATRICIO ALMENDRA

¿Cómo ha sido el camino de TV 8?

- A nivel de canal yo los conozco todos, como canal son todos chiquititos, manejan algún equipo de prensa, pero nosotros tenemos un canal que ya lleva 4 años en el que creemos y que es un proyecto consolidado. Tenemos una programación estable, el deporte y las noticias son nuestro fuerte. Tenemos el “tony pulguita”, las emisiones de San Pedro, tenemos el programa de Pamela Giles en vivo. El canal ya tiene una parrilla y eso me deja muy contento. Contamos con más de 20 equipos de cámara que no lo tiene ningún canal local en Chile. Tenemos un móvil con alta tecnología que no lo tienen ningún canal regional. Hemos transmitido partidos a todo el mundo, de equipos grandes. Estamos como productora cubriendo desde la séptima hasta la novena región.

¿Cómo se origina TV8 ?

-Yo comencé en el año 1984 a trabajar en televisión, en la corresponsalía de TVN. Luego apareció *Megavisión* y pasé de TVN a Mega como corresponsal y camarógrafo, trabajé 13 años como corresponsal y me sirvió mucho pues fue una experiencia muy importante. En ese lapso, tuve la posibilidad de armar un canal a Metropolis Intercom, operador de cable. Estuve con ellos cerca de dos años y se produjo una fusión de Metropolis con VTR por lo tanto eso significó que ellos licitarán la señal en cada ciudad. Y yo postulé, presenté un proyecto que fue aceptado y me adjudiqué la señal, eso hace ya cuatro años. Así nace este posicionamiento en VTR. El primer año como todas las cosas en marcha blanca, tratando de generar espacios y programas, trabajar con productoras externas, pero sin dejar de lado las noticias, que ha sido el fuerte nuestro los últimos 28 años. Hoy sólo transmitimos por cable a un número de 80 mil abonados, que se traducen en más de 300 mil personas que potencialmente nos pueden ver. Así comienza este proceso en el cual no es fácil competir, pues tienes dos canales fuertes como el regional y TVU. Hoy esa diferencia quedó de lado, *televisión 8* hoy es un canal que la gente ve, tenemos buenos programas, tenemos auspicio y tenemos financiamiento.

¿Cuántas personas trabajan en el canal?

En total son 25 personas, de ellos todos son profesionales en sus áreas. Tenemos 7 periodistas, camarógrafos, editores, sonidistas, productores y vendedores. A nivel nacional sin duda debemos ser uno de los canales locales que más empleo damos.

¿Son corresponsales?

Como productoras trabajamos para *Megavisión* y *Chilevisión*. Prestamos muchos servicios a canales nacionales, para las elecciones el móvil fue arrendado por *CNN* y *Chilevisión*. Trabajamos en todos los formatos desde la Z5 hasta la Z1, pasando por la P2. Tenemos 18 cámaras Sony HD. Tenemos una inversión tremenda. Pero si no tuviéramos retorno esto no podría ser.

¿Cree Ud. que la Televisión Local es rentable?

En algunas partes sí, quien te diga que no tampoco está equivocado, depende de la zona, y sobre todo de los contactos que se tenga. Yo no puedo decir que es malo, sería un mentiroso y mal agradecido. Tenemos auspiciadores. Nosotros tenemos una fuerte competencia en esta ciudad, es una ciudad grande. Yo me voy a Talca y no tengo competencia, acá depende 100 % de la gestión y del manejo.

¿Cómo se financian?

Con la productora y el canal del fútbol, además de publicidad específica de cada canal. Casi no postulamos a proyectos fondant, pues esos fondos se los llevan todos los que van por vía aérea. Pero no hemos necesitado de ellos. La Municipalidad de Concepción trabaja con nosotros, la Municipalidad de Hualpén, Chiguayante y Talcahuano también lo hacen. Generalmente son contratos específicos como lo haría cualquier cliente. Esto es una siembra donde los 4 años he cosechado lo que planté durante 25 años. El último viaje lo hice a Japón. Nadie del sur de Chile podría contar la experiencia de cámara que tengo, desde la toma de la embajada en Lima, hasta la fuga de la cárcel de alta seguridad en Santiago.

¿Qué aprehensiones tiene en torno al actual sistema de televisión en Chile?

El gobierno se ha preocupado sólo de los canales grandes. Los canales grandes se preocuparon de que se eligiera la norma japonesa, nosotros los canales chicos queríamos la europea, era una norma más accesible para todos, tanto para los televidentes como para quienes quisiéramos equiparnos con los transmisores. Bueno ellos ya tenían todo arreglado con los japoneses. Estuve en Japón viendo el tema y sé de qué se trata, nos mostraron los decodificadores, sus ventajas y desventajas. Como televisión local no nos han ayudado nada, no tenemos derecho a proyectos, a postular a una publicidad del gobierno regional, pues en todos los concursos le colocan televisión abierta. Pero igual he salido adelante y tengo un proyecto de televisión aceptable que la gente lo ve mucho. Hemos recibido premios de diferentes estamentos, pues hemos logrado sacar adelante un proyecto interesante. Somos una alternativa, tú has visto

alguna transmisión del deporte amateur, nunca. Partiendo por la transmisión de la copa Llacolén, la recopa, los años dorados, las finales del campeonato sudamericano de tenis, en fin una serie de eventos deportivos que son vitales. De hecho te cuento que hemos transmitido partidos de la Universidad de Concepción, siendo que ellos tienen su propio canal. Te comento que la escuela de periodismo de la Universidad de Concepción produce programas exclusivos para nosotros. Eso es el resultado de que se están haciendo bien las cosas. Canal regional se cuelga de UCV todo el día, lo que sí repetimos son películas y musicales, pero lo mínimo. Transmitimos las 24 horas del día y no con cartón, sino con programación a través de un sistema que se llama 24/7 son 7 horas de programación que se repiten completando las 24 horas.

¿Cómo definiría a una Televisión Local?

Para poder tener un canal local en una ciudad como Concepción, hay que tener mucho coraje y contactos. Además de mucho conocimiento de lo que se quiere lograr. Si no pasa lo que le ha pasado a algunos canales que intentan quedarse acá y quiebran, pues no les da su proyecto económico. Hay un trabajo de fondo, responsabilidad y experiencia en televisión que hace que esto tenga éxito.

¿Qué piensa de la actual situación de la Televisión Local en Chile?

Para el común de la gente le ha costado acostumbrarse a la televisión local y por consiguiente a nosotros nos ha costado posicionarnos. Esto pasa por ser consecuente en lo que se hace. Es muy difícil luchar contra la televisión abierta, pero hay que ser constante y buscando fórmulas para crecer.

¿Qué debería mejorar el gobierno?

La igualdad entre los canales, si hay en Concepción cinco canales que no hayan restricciones para los canales de cable y que no sólo los canales abiertos tengan la posibilidad de recibir campañas publicitarias gubernamentales. Insisto no podemos postular a los fondos del Consejo Nacional de Televisión pues es sólo para televisión abierta.

¿Qué piensa de la legislación actual que rige a la televisión?

De alguna parte tiene que haber nacido, esto, el que te coloquen impedimentos a la televisión por cable es ilógico. Debiera ser para todos iguales. La ley debiera cambiar y ojalá que en este cambio también tengamos la posibilidad de ver la televisión desde otra perspectiva.

¿Qué sabe de la nueva norma de TDT?

Ese es un tema que venimos trabajando hace muchos años, para entenderlo de entrada es un paso tan importante como cuando se cambió de blanco y negro a color. Hoy con la fijación de la nueva norma, podremos hacer, ver y producir televisión de mejor calidad, pero no va a ser muy visual al ojo del común telespectador, porque a lo mejor no tendrán los equipos adecuados y les va a costar para poder llegar a ver esa diferencia entre la televisión análoga y digital. Pero llegará un momento con el apagón analógico que existirá una televisión de calidad. Pero para eso tendrán que ocurrir muchas cosas, pasando por una transformación tecnológica de todos, incluyendo a los canales pequeños como nosotros. En el caso de *televisión 8*, por el trabajo que tengo y la fuerza de la productora ya estamos preparados, tenemos las cámaras HD, pero yo hablo por el común de los canales. Yo pertenezco a la red de canales de VTR que son 10 a nivel nacional y a muchos le va a costar adaptarse a los requerimientos de la nueva norma, pues no se tienen los recursos y no existe el apoyo del gobierno en ese punto. No pierdo las esperanzas de que ocurra, pero por ahora nada.

¿Qué pasa con la fuerte inversión?

Creo que la asociatividad es clave, desde el arriendo del terreno para la antena, hasta los equipos transmisores. Si un equipo te cuesta 200 millones de pesos, lo pueden pagar entre 10 o más estaciones de televisión. Pues la televisión digital te permitirá eso. Yo hoy estoy haciendo una inversión de alrededor de 100 mil dólares, pero yo he dado un puntapié inicial en alta transmisión para poder ver el fútbol. Estamos invirtiendo en estudios y en iluminación.

¿Cree Ud. que la TDT será un aliciente para el desarrollo de la Televisión Local en Chile?

Sí porque el hecho de que se abra el espectro pueden haber más canales de televisión por comuna. Acá podrá haber canales en penco, Chiguayante, en fin en todos lados, Pero tendrán sustentabilidad en el tiempo aquellos que hagan buena televisión. Así también el que las universidades formen muchos con más interés pues tendrán más espacio para mostrar sus técnicas visuales. Mientras más canales existan, más trabajo, más concursos, más competencias, pero finalmente se sustentarán los que tenga un proyecto de calidad.

¿Cree que el aumento de la competencia se tenga que cambiar la parrilla programática?

Creo que sí, que por fuerza ser un producto de mejor calidad, más atractivo para que la gente los vea y así poder captar auspiciadores. Hoy *televisión 8*

se caracteriza por ser un canal local, no encontrarás nunca una nota de nivel nacional, excepto cosas puntuales que son de trascendencia para la zona. La identidad que perdió el Canal Regional es producto de su inclusión nacional e internacional. Eso no es regional. Nosotros no hacemos nada que no sea local y lo mantendremos así y estoy convencido que mucha gente se va a quedar con nosotros. Los que quieran verse, ver su ciudad, nos sintonizarán. Nuestro eslogan es *televisión8* ver tu ciudad.

¿Conoce las ventajas del nuevo sistema?

Por supuesto, produciremos, veremos y tendremos una televisión de mejor calidad, tanto en sonido como en imagen. Tendrá mucha más gente la posibilidad de hacer televisión. En mi caso dejaré de ser un canal por cable y pasará a la televisión abierta, si Dios quiere me podrán ver en cualquier parte de la zona y por Internet en cualquier parte del mundo. Lo importante es tener claro el concepto de local y regional.

¿Tiene algún temor frente a la TDT?

No, nunca he tenido temor en la vida, menos en los negocios, porque si tengo a Dios que me ilumina no puedo tener miedo. Mi norte es seguir trabajando y en el momento que tengamos que hacer cambios, tendremos la fe para que eso se logre. Sé que esos equipos llegarán.

¿Cuáles cree Ud. que son los desafíos?

Competir con las empresas grandes y como lograr financiamiento para la adquisición de la tecnología que les permitirá seguir funcionando y seguir en igualdad de condiciones. Una cosa es tener claro en qué transmitiré, como lo transmitiré y luego preocuparme de qué transmitiré. No saco nada con tener los programas sino tengo el sistema de transmisión, me quedo con las cintas guardadas. Yo creo que canales chicos que funcionan con una persona no tienen ninguna posibilidad en el nuevo sistema de televisión digital. Va a pasar algo parecido a las radios digitales, que hoy son parte de las grandes cadenas, por eso el desafío es económico, conseguir los fondos que permitan comprar tecnología para seguir funcionando.

